

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ**

КАФЕДРА ТЕОРІЇ, ПРАКТИКИ ТА ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

До захисту допущено:

Завідувач кафедри

_____ Гелена ЛИСЕНКО

«__» _____ 20__ р.

**Дипломна робота
на здобуття ступеня бакалавра
за освітньо-професійною програмою «Германські мови та літератури
(переклад включно), перша – німецька»
спеціальності 035 «Філологія»
на тему: «Прагматична адаптація німецькомовних приватних Інтернет-
оголошень у галузі соціальних контактів»**

Виконала:

студентка IV курсу, групи ЛН-61

Бондарчук Катерина Михайлівна



Керівник: канд. філол. наук, доцент

Дзикович Ольга Володимирівна



Рецензент: канд. пед. наук, доцент

Тікан Яна Гаврилівна



Засвідчую, що у цій дипломній роботі
немає запозичень з праць інших авторів без
відповідних посилань.

Студентка _____

Київ – 2020 року

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ

КАФЕДРА ТЕОРІЇ, ПРАКТИКИ ТА ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Спеціальність – 035 «Філологія»

Освітньо-професійна програма «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – німецька»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Гелена ЛИСЕНКО

«___» _____ 2020 р.

ЗАВДАННЯ

на дипломну роботу студентці

Бондарчук Катерині Михайлівні

1. Тема роботи «Прагматична адаптація німецькомовних приватних Інтернет-оголошень у галузі соціальних контактів», керівник роботи Дзикович Ольга Володимирівна, канд. філол. наук, доцент затверджені наказом по університету від «___» _____ 2020 р. № _____
2. Термін подання студентом роботи 01.06.2020.
3. Робота присвячена детальному вивченню німецькомовних приватних Інтернет-оголошень у галузі соціальних контактів (шлюбних оголошень), прагматичній адаптації німецькомовних шлюбних оголошень українською мовою, виявленню функцій, тактик та стратегій, що можуть бути застосованими при перекладі цього мовленнєвого жанру.

4. Робота складається з таких основних етапів: 1) дослідження німецькомовних Інтернет-оголошень як текстів малої форми; 2) виявлення жанрових ознак німецькомовних Інтернет-оголошень у галузі соціальних контактів; 3) виконання комунікативно-прагматичного аналізу німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень; 4) вивчення та застосування на практиці види прагматичної адаптації при перекладі німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень українською мовою; 5) вивчення особливостей прагматичної адаптації функцій, стратегій та тактик німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень.

5. Перелік ілюстративного матеріалу (із зазначенням плакатів, презентацій тощо)

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 17.02.2020

Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Подання теоретичної частини роботи на перевірку науковому керівнику	23.03.2020	
2.	Подання практичної частини роботи на перевірку науковому керівнику	4.05.2020	
3.	Подання дипломної роботи на перевірку на плагіат	27.05.2020	
4.	Подання дипломної роботи на рецензування	1.06.2020	

Студент

Катерина БОНДАРЧУК

Керівник

Ольга ДЗИКОВИЧ

Анотація

Представлена дипломна робота на тему «Прагматична адаптація німецькомовних приватних Інтернет-оголошень у галузі соціальних контактів» присвячена дослідженню адекватного перекладу німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень українською мовою. У ході роботи було досліджено види прагматичної адаптації, що можуть бути використаними при написанні шлюбних Інтернет-оголошень та було наведено приклади їх перекладу українською мовою. Крім того, була розглянута прагматична адаптація функцій, стратегій та тактики німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень при перекладі українською мовою. Було виявлено прагматичні особливості цього мовленнєвого жанру, що несе практичну цінність.

У загальній кількості було розглянуто 150 німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень, що були взяті зі сайтів у вільному доступі, а саме: kleianzeige.de, markt.de, quoke.de.

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів з висновками до кожного, загальних висновків українською та німецькою мовами та списком використаних у роботі джерел.

Ключові слова: Інтернет-оголошення, шлюбні оголошення, прагматична адаптація, адекватний переклад, функції тексту, стратегія, тактика.

Kurzreferat

Die vorgestellte Arbeit zum Thema "Pragmatische Adaption deutschsprachiger privater Internetanzeigen im Bereich sozialer Kontakte" widmet sich der Untersuchung einer adaptierten Übersetzung deutschsprachiger Kontaktanzeigen ins Ukrainische. Bei der Arbeit wurden die Arten der pragmatischen Adaption, die beim Schreiben von On-line Online-Kontaktanzeigen verwendet werden kann, untersucht und Übersetzungsbeispiele ins Ukrainische gegeben. Darüber hinaus wurde die pragmatische Adaption der Funktionen, Strategien und Taktiken deutschsprachiger Kontaktanzeigen bei der Übersetzung ins Ukrainische in Betracht gezogen. Die pragmatischen Merkmale dieses Sprachgenres wurden enthüllt, was praktischen Wert hat.

Insgesamt wurden 150 deutschsprachige Online-Kontaktanzeigen von freien Websites untersucht, nämlich: kleianzeige.de, markt.de, quoke.de.

Die Arbeit besteht aus einer Einleitung, drei Abschnitten mit jeweils Schlussfolgerungen, allgemeinen Schlussfolgerungen auf Ukrainisch und Deutsch sowie einer Liste der in der Arbeit verwendeten Quellen.

Schlüsselwörter: Internet-Anzeigen, Kontaktanzeigen, pragmatische Adaption, adaptierte Übersetzung, Textfunktionen, Strategie, Taktik.

ЗМІСТ

ЗМІСТ	6
ВСТУП.....	7
1. ІНТЕРНЕТ-ОГОЛОШЕННЯ ЯК ОБ’ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ У ТЕКСТОВІЙ ЛІНГВІСТИЦІ.....	10
1.1 Інтернет-оголошення як текст малої форми.....	10
1.2 Жанрові особливості німецькомовних приватних Інтернет-оголошень у галузі соціальних контактів.....	13
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....	19
2. КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ «ШЛЮБНИХ ОГОЛОШЕНЬ»	20
2.1 Функції тексту «шлюбного оголошення»	20
2.2 Типи комунікативних стратегій у тексті «шлюбного оголошення»	23
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....	27
3. ПРАГМАТИЧНА АДАПТАЦІЯ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ШЛЮБНИХ ІНТЕРНЕТ-ОГОЛОШЕНЬ	28
3.1 Види прагматичної адаптації.....	28
3.2 Особливості прагматичної адаптації тексту «шлюбне оголошення»	38
3.2.1 Прагматична адаптація функцій німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень.....	38
3.2.2 Прагматична адаптація стратегій німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень.....	45
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....	54
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	55
ZUSAMMENFASSUNG	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	59

ВСТУП

Дипломна робота присвячена вивченню та аналізу німецькомовних приватних шлюбних Інтернет-оголошень, а саме прагматичному аспекту перекладу цього мовленнєвого жанру. Основна увага приділяється прагматичній адаптації при перекладі німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень українською мовою.

Актуальність дослідження зумовлена стрімким зростанням кількості Інтернет-оголошень у мережі, а отже і недостатньою вивченістю цих текстів та їх прагматичних особливостей. Вивчення жанру Інтернет-оголошень з точки зору їх створення і поступової модифікації залишається популярним напрямком у сучасній лінгвістиці. Деталізоване вивчення саме шлюбних Інтернет-оголошень сприяє швидшому встановленню контакту між потенційними іноземними партнерами. В цей час Інтернет-оголошення безумовно орієнтовані на людину та її потреби і складаються з урахуванням багатьох факторів, що обумовлюють людську комунікацію.

Об'єктом дослідження є німецькомовні приватні шлюбні Інтернет-оголошення.

Предметом вивчення є особливості прагматичної адаптації текстів німецькомовних приватних шлюбних Інтернет-оголошень, адекватна передача функцій, стратегій та тактик у цих текстах українською мовою.

Мета роботи полягає у досягненні еквівалентності перекладу текстів німецькомовних приватних шлюбних Інтернет-оголошень українською мовою за допомогою застосування прагматичної адаптації.

У ході роботи поставлені такі **завдання**:

1. Розгляд жанрових особливостей німецькомовних приватних шлюбних Інтернет-оголошень;
2. Аналіз функцій тексту «шлюбне оголошення» та типи комунікативних стратегій, що можуть бути застосованими у цьому мовленнєвому жанрі;

3. Аналіз прагматичної адаптації перекладу німецькомовних приватних Інтернет-оголошень, виконання власного перекладу цих текстів українською мовою;
4. Унаочнення можливого адекватного перекладу німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень за допомогою прагматичної адаптації функцій тексту цього мовленнєвого жанру;
5. Унаочнення можливого адекватного перекладу німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень за допомогою прагматичної адаптації стратегій та тактик цих оголошень.

У ході роботи були використані загальнонаукові та лінгвістичні **методи** дослідження, що обумовлені її метою, завданнями та матеріалом дослідження: описовий метод (застосовувався для визначення жанрових особливостей досліджуваних текстів), порівняльний метод (використовувався при порівнянні оригінальної німецькомовної та адаптованої україномовної версії тексту), а також метод аналогії та моделювання (заміна одиниць дослівного перекладу тексту з ціллю досягнення адаптації перекладу).

Матеріалом дослідження слугували тексти німецькомовних приватних контактних оголошень, що були взяті з німецькомовних спеціалізованих сайтів у вільному доступі: kleianzeige.de, markt.de, quoke.de.

Теоретичне значення дослідження полягає у виконаному аналізі видів прагматичної адаптації німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень при перекладі українською мовою, умовному встановленню засад адаптації перекладу цього мовленнєвого жанру.

Практичне значення роботи полягає у потенційній можливості її застосування як у приватних, так і в комерційних цілях. За приватного застосування робота може бути використана у цілях кращого розуміння потенційного партнера-іноземця, більш точного сприймання закладених у текст оголошень цілей та описових деталей. Крім того, може застосовуватися робітниками шлюбних агентств, орієнтованих на встановлення іноземних

контактів, при виконання якісних перекладів текстів шлюбних оголошень на замовлення.

Результати дослідження були частково опубліковані у тезах доповіді «СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ПРИВАТНИХ ІНТЕРНЕТ-ОГОЛОШЕНЬ У ПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ АСПЕКТІ», які увійшли до збірника «XII Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції з дистанційною участю "ЛЮДИНА ЯК СУБ'ЄКТ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ФІЛОЛОГІЇ, ПЕРЕКЛАДІ ТА НАВЧАННІ ІНОЗЕМНИХ МОВ", яка відбулась 12 березня 2020р.

Структура і обсяг роботи складаються зі вступу, трьох розділів і висновками до кожного з них, загального висновку, резюме німецькою мовою та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи 62 сторінки, з них 57 – основного тексту.

.

1. ІНТЕРНЕТ-ОГОЛОШЕННЯ ЯК ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ У ТЕКСТОВІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

1.1 Інтернет-оголошення як текст малої форми

Відомо, що для людства винайдення мережі Інтернет відіграло не менш важливу роль, ніж у свій час створення друкарського верстату Йоганном Гутенбергом. І якщо раніше одним з основних джерел інформації були друковані видання, то сьогодні світ став відкритим для кожного саме завдяки високорозвиненим технологічним процесам. Достатньо лише декілька раз натиснути на клавіші щоб поринути у незбагнених розмірів інфо-простір, де список можливих опцій поповнюється щодня. Якщо провести порівняльну паралель розвитку Інтернет-мережі останніх років, то можна побачити, з якою швидкістю та непередбачуваністю мчить цей процес. Ще 10 років тому мережу використовували як заміну громіздким енциклопедіям щоб дістати необхідну інформацію. Популярність мали сайти, де містилися об'ємні тексти з інформацією наукового типу. Справжнім проривом стало створення соціальних мереж. Люди побачили, що Інтернет – це не лише нескінченний потік інформації, а й спосіб зарекомендувати себе як особистість на весь світ. З того часу спектр застосування Он-лайн мережі лише розширювався та привертав увагу все більшої кількості науковців, у тому числі і лінгвістів. На сьогоднішній день ми впевнено можемо говорити про Інтернет-дискурс, що є основою всіх подальших досліджень. Адже саме на просторах Інтернет-дискурсу «народжуються» все нові і нові типи та жанри текстів. Одним з найпопулярніших типів тексту сьогодні можна, безперечно, назвати текст малої форми, і на це є ряд причин. Філософи стверджують, що найбільшою цінністю двадцятого першого століття є час, і нині мало хто хоче витратити його на прочитання громіздких але позбавлених всякого сенсу текстів. Стислість, лаконічність, інформативність – ось чого бажає сучасна людина. І той, хто зможе подати свій матеріал у вірному форматі, беззаперечно досягне успіху. Саме тому на просторах Інтернет-мережі виникає цілий ряд текстів малої форми, що нині все частіше застосовуються у

комерційних справах, а саме: анонси, оголошення, афіші, анотації, міні-огляди та міні-рецензії, замітки, тези, резюме, коментарі, рекламні тексти, цитати, прес-релізи тощо. У своїх дослідженнях українські та закордонні вчені приділяють увагу одному із видів текстів малої форми: анонсам (С.А. Панченко, Є.Н. Туркіна, М.А. Ковальчукова, О.В. Дзикович), мистецтвознавчим рецензіям (Т.С. Ляшенко), анотаціям та оглядам (Л.Ф. Ваховська), оголошенням (Ю.Д. Предій, М. В. Гусар), рекламним текстам (Є.С. Коваленко, О.В. Медведєва, С.А. Федорець, А.С. Кармін) та комунікації в Інтернеті у цілому (Farina, F., & Lyddy, F., Herring, S. C., Hanney, J., Farrell, L., & Kelly O'Neill, N.).

Текст (від лат. *textum* – тканина, сплетіння, поєднання) – це писемний або усний мовленнєвий масив, що становить лінійну послідовність висловлень, об'єднаних у тематичну і структурну цілісність. Текст є не від'ємною складовою комунікативного процесу, фіксує, передає та зберігає інформацію. Характерними ознаками тексту є синтаксична єдність, зв'язність складових одиниць, певна інтонаційно-змістова спільність [1]. З погляду змістовності текст сприймається як закінчене, об'єднане спільною темою змістове ціле. Текст також є продуктом цілеспрямованого мовленнєвого акту. Структурно текст може виражатися реченням, словом чи словосполученням, якщо вони мають цілісну інформацію, котра відповідає певній комунікативній ситуації [2]. Головна перевага малоформатних текстів полягає у тому, що їх дійсно можна з легкістю прослідити без втрати концентрації. Можна також виділити характеристики відокремленості, інтертекстуальності, особливу прагматичну функціональність, формальну та семантичну самодостатність, тематичну визначеність та завершеність. Крім того, текст малого формату можна визначити як самодостатню зв'язну змістовну єдність, в якій чітко виражені початок та кінець, чітко простежуються текстові категорії і, яка мінімально може бути виражена одним реченням, максимально не повинна перевищувати стандартну сторінку друкованого аркушу [6]. З метою виявлення властивостей, характерних для різноманітних текстів малої форми К.А. Нечаєв розглядає змістово-композиційну структуру, під якою він розуміє результат розкриття тематичного ядра тексту в залежності від комунікативної

установки адресата тексту. Семантична структура будь-якого тексту має кількісні обмеження, до яких належить, в першу чергу, мінімум інформації. Для цього автор використовує поняття інформативної валентності, під якою розуміється «потенційно можливий об'єм змісту тексту, частково визначений до його породження [4]. Під час аналізу текстів малої форми велика увага приділяється поняттю інформативності. Дане поняття описується як «не абсолютна кількість інформації в тексті, не його інформативна насиченість, а лише та змістова інформація, яка стане надбанням реципієнта, враховуючи відношення названого надбання до комунікативних намірів автора». [10] Дрідзе Т.М. розрізняє первинну інформативність, яка корелює з комунікативними намірами відправника повідомлення, та вторинну, яка дозволяє вилучати з тексту «побічні» відомості [9]. Ефективність впливу текстів малої форми, як вважає К. Туркіна, залежить від використання прийомів, що апелюють до прихованих або явних очікувань аудиторії [15]. Науковець розглядає їх на таких рівнях: семантичному (прямий заклик до дії, вигук, риторичне питання, пресупозиція, протиставлення), метасеміотичному (конотативні, асоціативні значення); метаметасеміотичному рівні (мотиваційна і психоаналітична дія за допомогою навіювання і переконання). [7]

У подальшому дослідженні основна увага буде зосереджена на такому типі тексту, як приватне Інтернет-оголошення у галузі соціальних контактів. Оголошення – офіційне повідомлення, оповіщення, інформація про масовий захід: про час і зміст проведення нарад, засідань, зборів; про виконання роботи; про можливість посісти вакантну посаду шляхом участі у конкурсі; про час проведення концерту, конкурсу, цікавої чи важливої зустрічі, про захист курсової, дипломної роботи чи дисертації на здобуття наукового ступеня; про підприємницьку діяльність тощо [11]. Та завдяки технологічному прогресу, який ми можемо спостерігати протягом останніх років, людям стає доступною все більша кількість зручностей. І якщо раніше, щоб прочитати оголошення потрібно було витрати деякий час на пошук спеціалізованої дошки для оголошень, то сьогодні буде достатньо декількох натисків на клавіші. Інтернет-оголошення

представляють собою абсолютно новий тип комунікації між людьми, які, напевно, ніколи навіть не бачилися у реальному житті, але все ж мають спільну мету, а отже можуть бути корисними один одному. У цілому Інтернет-оголошення можна поділити на два види: *апелятивні* та *інформативні*. Апелятивні тексти мають функцію реклами, тобто мають привертати увагу потенційних покупців та приваблювати їх. Завдання оголошень другого типу полягає саме в інформуванні людей стосовно події, заходу тощо.

Будь-яке оголошення складається з короткого повідомлення (пропозиція, інша інформація), та контактної інформації, в залежності від типу оголошення. Залежно від характеру оголошення, в ньому зазначаються організатори певних заходів, час і місце їхнього проведення, умови входу (платні, безплатні). За змістом оголошення поділяються на два види: 1) оголошення про будь-яку подію; 2) оголошення про потребу в послугах. Оголошення, в якому інформується про певну подію, має такі реквізити: — назва виду документа (оголошення), — текст, що містить дату, місце проведення заходу (події), організатора, зміст події та умови; — підпис (назва установи чи колегіального органу, прізвище або посада особи, яка дає оголошення) — у разі потреби. Оголошення про потребу в послугах або можливість їх надання містить такі реквізити: — назва виду документа (оголошення), — заголовок, — текст, — адреса автора оголошення [8].

Окрім вищеназваних видів Інтернет-оголошень варто назвати також і оголошення у галузі соціальних контактів, тобто такі, що не несуть заклику щодо покупки чи продажу та не афішують подію, а сприяють натомість налагодженню контактів між реципієнтами з ціллю пошуку партнера.

1.2 Жанрові особливості німецькомовних приватних Інтернет-оголошень у галузі соціальних контактів

Як і будь-який інший тип тексту, Інтернет-оголошення має свої жанрові особливості. Для подальшого дослідження слід визначити поняття «жанр». Жанр - це стійкий тип тексту, об'єднаний єдиною комунікативною функцією, а також подібними композиційними і стилістичними ознаками. Л. Ю. Іванов наводить

досить широку класифікацію жанрів, виділяючи їх за аналогією з жанрами інших сфер спілкування і об'єднуючи у відповідні групи загально-інформаційні, науково-освітні та спеціальні інформаційні, художньо-літературні, ділові та комерційні жанри [6]. В. Є. Чернявська визначає «оголошення» як лексичне позначення різновиду текстів, які охоплюють різні типи письмових повідомлень публічного характеру для цільових груп. Їхня основна функція – повідомляти, анонсувати [13]. Лексика тексту оголошення характеризується неемоційністю, конкретністю і офіційністю. Жанротворчими рисами даних оголошень є, з одного боку, інформативність, а з іншого, дозованість, що полягає в передачі максимуму інформації за допомогою мінімуму лексичних засобів. Вибір лексичних, граматичних і словотворчих засобів визначається дотриманням офіційно-ділового стилю спілкування і прагненням до мовної економії. Оголошення є одним з особливих мовленнєвих жанрів, що викликає зацікавленість у дослідників, завдяки наявності ряду ознак, а також воно демонструє особливості певної лінгвокультури, дозволяє виявити гендерні особливості мовлення, а також демонструє специфічні способи мовного впливу на адресата. Оголошення як мовленнєвий жанр є досить широко використовуваним інструментом комунікативної організації в сфері масової ділової інформації. Як і з класичним варіантом, Інтернет-оголошення можна поділити на наступні підрозділи: куплю/продам, найм на роботу, послуги, обмін, пошук партнера, інформативні оголошення тощо. У кожному випадку є свої специфічні правила та особливості, які будуть детальніше розглянуті згодом.

Інтернет-оголошення може бути диференційовано на приватне тобто невелике або комерційне і офіційне, тобто об'ємне оголошення, а залежить це головним чином від автора повідомлення (приватна особа, комерційне підприємство або офіційна установа) і його обсягу [9]. Виявлення жанрової своєрідності цього матеріалу є актуальним й у комунікативно-функціональному аспекті, так як тексти приватних оголошень:

- характеризуються особливою стилістикою, що відбиває сучасний стан публіцистичного стилю;

- функціонують в сфері як чоловічої, так і жіночої комунікації, що дозволяє виявити гендерні особливості мовлення;
- демонструють специфічні способи мовленнєвого впливу на адресата і особливі прийоми аргументації.

Також для всіх видів Інтернет-оголошень є необхідною одна умова: розміщення оголошення на он-лайн платформі, тобто дошці для оголошень. Онлайн дошка оголошень – це сайт, на якому публікуються юридичними або фізичними особами оголошення, поділені за тематичними розділами. Вміст електронних дошок може носити комерційний або некомерційний характер, а розміщення може бути платним або безкоштовним.

Принцип роботи онлайн дошок оголошень простий і єдиний для всіх: користувач вводить в підготовленої сайтом формі свої дані - ім'я або назва організації, свої контакти, тему і короткий опис товару або послуги, зображення. На головній сторінці відображаються зазвичай тільки тема і зображення. Щоб переглянути всі оголошення, необхідно пройти по посиланню, що веде до нього. Далі користувач отримує розгорнуту інформацію про продавця і товар. Існують дошки, де можуть розміщувати оголошення та здійснювати угоди тільки зареєстровані користувачі. Є такі, де реєстрація не потрібна. Он-лайн дошки можуть бути модеровані (робота контролюється модератором) і не модеровані (автоматична робота дошки). Сфера послуг дошок оголошень досить широка і для кожного сайту своєрідна. [17]

Подальша робота буде зосереджена саме на такому мовленнєвому жанрі, як Інтернет-оголошення у сфері соціальних контактів або ж шлюбне оголошення. Народження мовленнєвого жанру «шлюбне оголошення» відбулося, на думку дослідників, в Англії у другій половині XVII століття. У виданні Джона Хоутон, якого сучасні автори називають батьком англійської реклами, виникає і розділ шлюбної реклами. Одне з перших шлюбних оголошень у виданні Хоутона виглядало наступним чином: *«Джентльмен, 30 років, який говорить, що має дуже гарне маєток, поєднувався б шлюбом з юною леді, яка має стан 3000 фунтів або близько того. Він готовий забезпечити угоду договором »* [11]. Вперше

шлюбні оголошення у ЗМІ з'явилися на початку вісімдесятих років в газетах Прибалтики: «Ригас Балі», а в подальшому і в «Радянській молоді», що також видавалася у Ризі.

При зверненні до конкретних текстів шлюбних оголошень дослідник, у першу чергу, стикається з проблемою визначення їх жанрової природи і труднощами в описі їх місця у системі жанрів. Ці труднощі обумовлені синтетичністю шлюбного оголошення, його гібридністю, а також недостатнім теоретичним і термінологічним вивченням питання. Шлюбні оголошення, як правило, розглядаються поряд з іншими рекламними жанрами [12, ст. 30]. Так, М. В. Томська вважає, що шлюбні оголошення можна віднести до соціальної реклами по параметру «об'єкт рекламування», в якості якого виступає «поведінка людини, що сприяє вирішенню соціальних проблем суспільства» [12, ст. 31]. В. Бородіна розглядає шлюбну рекламу у логіці існування традиції публічного сповіщення про важливі події життєвого циклу людини (народження, хрещення, заручини, весілля і смерть) за допомогою періодичної преси. Автор вважає, що саме дані публікації лежать в основі реклами міжособистісних відносин. [12, ст. 34]. В. Бородіна використовує у своїй роботі термін «реклама міжособистісних відносин», де під міжособистісними відносинами розуміються "суб'єктивно пережиті відносини людей, що в кінцевому рахунку обумовлюються безособовими за своїм характером суспільними відносинами" [12, ст. 40]. Класифікаційна структура сучасної реклами міжособистісних відносин у вищевказаній роботі виглядає таким чином:

- Шлюбна реклама.
- Компаньонська реклама (для спільного проведення дозвілля, подорожей, листування і т. д.).
- Реклама традиційних форм сексуальних відносин.
- Реклама нетрадиційних форм міжособистісних відносин.

Зміст шлюбних оголошень, як правило, характеризується за рахунок виявлення найбільш часто вживаних слів-характеристик в подібних оголошеннях [12, ст. 40] та вивченням соціальних оцінок [12, ст. 44]. Слід зазначити, що власне

лінгвістичний аналіз часом витісняється соціологічним. У дусі естетичних роздумів про шлюбні оголошення писав свою роботу і В.Н. Базилев [12, ст. 49], де автор намагається осмислити «двомірність» шлюбного оголошення - «в двох рядках - людська душа, і в цих же рядках - зріз часу, дзеркало суспільства ... і шкала соціальних цінностей, і тенденції моди, і настрої натовпу» (пер. з рос.).

Отже, можна сказати: у цей час є окремі роботи і зауваження, що стосуються специфіки шлюбного оголошення, однак немає цілісного його опису як мовленнєвого жанру. У зв'язку з тим, що всі вищевказані дослідження носять фрагментарний характер і не дають достатніх уявлень про шлюбне оголошення в цілому, констатуємо необхідність його опису як самостійного мовленнєвого жанру. Огляд літератури з цього питання доводить необхідність встановлення чіткого співвідношення шлюбного оголошення і рекламної комунікації в цілому, а також місця шлюбного оголошення серед інших жанрів і типів реклами. Здається, що шлюбне оголошення є особливим синкретичним жанровим утворенням, що функціонує в рамках рекламного дискурсу. Шлюбне оголошення поєднує в собі характерні риси рекламного тексту і жанру оголошення. Ця двоїстість - специфічна властивість шлюбного оголошення. Шлюбне оголошення займає проміжне положення між рекламою та оголошеннями. Це явище обумовлене тим, що персоналізація подання інформації тут поєднується з характерними для реклами прийомами і методами впливу. Таким чином, типологічна характеристика шлюбного оголошення дозволяє нам виділити наступні відмітні ознаки досліджуваного жанру:

1. Шлюбне оголошення – це персоналізована інформації у вигляді закінченого тексту апелятивного характеру.
2. Змістом шлюбного оголошення є прогнозований характер міжособистісної взаємодії між партнерами.
3. У якості об'єкта рекламування у шлюбному оголошенні виступає людина як носій певних статусних характеристик, а також особистісних якостей, властивостей, які є значущими з точки зору зміни його сімейного статусу. Дані компоненти опису і є основними аргументами на користь

прийняття адресатом рішення про необхідність / бажаність здійснення зворотного зв'язку.

4. Поєднання позицій автора-рекламодавця і об'єкта реклами (так званої «рекламованої особи») призводить до необхідності використання такого поняття, як «самореклама», коли ми говоримо про шлюбні оголошення: автор портретує сам себе з метою реклами. Дане явище властиве також політичному дискурсу з тією різницею, що саморекламу в політичному дискурсі створюють треті особи (рекламісти, іміджмейкери). Поняття «самореклама» слід вважати певним родовим поняттям, що об'єднує різні поняття: імідж, самопрезентація, автопортретування. [12, ст. 34]

Таким чином, шлюбне оголошення розглядається нами як персоналізована форма рекламної комунікації, що має на меті запропонувати суб'єкта комунікації в якості шлюбного партнера певній категорії адресатів, що може призвести до прогнозованих змін (підвищення) соціального статусу автора.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

У цьому розділі роботи були розглянуті Інтернет-оголошення як тексти малої форми, а також жанрові особливості шлюбних Інтернет-оголошень. Були виділені наступні характеристики малоформатних текстів, що є притаманними оголошенням як типу тексту: відокремленість, інтертекстуальність, особлива прагматична функціональність, формальна та семантична самодостатність, тематична визначеність та завершеність. Узагальнюючи дані про тексти малої форми, можна сказати, що вони є доволі практичними та корисними як для звичайних людей, так і для підприємців. Лексика тексту оголошення характеризується беземоційністю, конкретністю і офіційністю, але тут ми вбачаємо відмінності саме зі шлюбними Інтернет-оголошеннями, де індивід прагне виразити своє «я».

Жанротворчими рисами оголошень є, з одного боку, інформативність, а з іншого, дозованість, що полягає в передачі максимуму інформації за допомогою мінімуму лексичних засобів. Вибір лексичних, граматичних і словотворчих засобів визначається дотриманням офіційно-ділового стилю спілкування і прагненням до мовної економії. Оголошення є одним з особливих мовленнєвих жанрів, що викликає зацікавленість у дослідників, завдяки наявності ряду ознак, а також воно демонструє особливості певної лінгвокультури, дозволяє виявити гендерні особливості мовлення, а також демонструє специфічні способи мовного впливу на адресата.

2. КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ «ШЛЮБНИХ ОГОЛОШЕНЬ»

2.1 Функції тексту «шлюбного оголошення»

Відомо, що кожен текст має нести у собі певні функції у залежності від його завдань. К. Бюлер вважає, що основними функціями тексту бувають репрезентативні, експресивні та апелятивні. Такий вибір стає зрозумілим, якщо врахувати, що вчений вважає текст «комплексним мовним знаком, утвореним за правилами мовної системи»; іншими словами, він визнає за текстом статус мовного знака. А вже якщо текст, на його думку, є мовним знаком, то і висновки К. Бюлера про функції мовного знака, звичайно ж, поширюються також на текст.

Функція тексту визначається характером і умовами комунікативної ситуації, в якій за допомогою дискурсу спілкуються суб'єкт мовлення (адресант, або автор, відправник інформації) і адресат (одержувач, реципієнт).

Відповідно до класифікації текстових функцій Дж. Серля, розрізняють:

1) репрезентативи – функції, що полягають у поданні будь-якого (істинного або невірного, правильного чи неправильного) стану справ, (діагноз, констатація, опис, передбачення, повідомлення, твердження);

2) директиви – функції, мовленнєві акти, які спонукають реципієнта до якого-небудь дії (наказ, прохання, розпорядження, рекомендація, рада, вказівка і т. П.);

3) комісиви – мовленнєві акти, в яких мовець зобов'язується вжити будь-яку дію в майбутньому, дотримуватися певні рамки поведінки (гарантійний лист, договір, клятва, обіцянка, парі і т. Д.);

4) експресиви – функції, призначені для вираження морального ставлення мовця до предметів і ситуацій (подяку, вибачення, поздоровлення, привітання, співчуття і т. П.);

5) декларативи – мовленнєві акти, успішне здійснення яких тягне за собою зміну в статусі або в положенні того предмета (предметів), про який (яких)

йдеться (наприклад: «Я оголошую вас чоловіком і дружиною» або «Я призначаю Вас .. . ») [16]

Шлюбні Інтернет-оголошення вміщують у собі також певні функції, якими варто вміти оперувати при написання тексту такого формату. Розгляньмо декілька прикладів з німецькомовного сайту для знайомств Quoka.de, а саме приклади „Kontaktenanzeige“.

Приклад 1:

«Hallo Fremder, hast du nicht Lust, einer einsamen Blondine etwas beizustehen ? Das singleleben ist einfach nichts für mich und ich hoffe das sich das jetzt endlich ändert. Wenn du weißt wie man eine Frau behandelt und gepflegt bist, dann würde es mich sehr freuen, wenn wir uns kennenlernen würden. Schreib mir doch einfach mal eine Nachricht, freue mich schon drauf!» [26]

Завдання цього тексту полягає у зацікавленні адресата та отриманні потенційної відповіді від реципієнта. Автор явно закликає до дій: «*Schreib mir doch einfach mal eine Nachricht...*», а отже ми можемо говорити про застосування тут директивів і про виділення саме спонукальної функції дії. Зауважимо, що наведене у прикладі оголошення не містить у собі саме інформативної функції, що негативно впливає на встановлення контакту між автором та реципієнтом, так як з поданого тексту неможливо встановити характеристики самого автора.

Для порівняння розглянемо інші приклади.

Приклад 2:

«Ich bin Jenny, Mitte 40, eine hübsche, schlanke und sehr gepflegte Dame aus Ostafrika, die schon lange in Deutschland lebt. Ich habe mich schon vor längerem von meinem Partner getrennt, weil es einfach nicht mehr passte und suche eine neue Liebe, wenn möglich für immer. Der Mann, den ich suche, sollte zwischen 40 und Ende 50 sein, treu, zuverlässig, , kinderlieb (weil ich habe noch kleine Kinder aus erster Ehe). Umgekehrt will ich ihm für immer eine liebevolle Partnerin sein. Wenn Du interessiert bist, schreibe mir doch

Ich freue mich schon auf Deine Nachricht, gerne auch mit Bild von Dir und bitte habe Verständnis, wenn ich vielleicht nicht gleich oder auch gar nicht zurückschreibe. Ich bekomme so viele Nachrichten, dass ich da wirklich in Ruhe selektieren muss.» [19]

Як бачимо, у другому прикладі більш вдало проілюстровано інформативний аспект, а отже можна стверджувати, що тут застосовується саме інформативна функція. Авторка наводить певні дані про себе з інформативною ціллю а також, певним чином, для самореклами. Зауважмо, що авторка уникає негативних свідчень, тобто використовує репрезентативи позитивної конотації. У наступних рядках застосовується також вказівна функція, тобто декларативи: *«Wenn Du interessiert bist, schreibe mir doch Ich freue mich schon auf Deine Nachricht!»*.

Приклад 3:

«Suche ich nicht "Ehemann", aber auch nicht Abenteuer nur gehorsamer Partner zu ende Leben ! Er muss auf einem hohen Niveau intellektuell, welche weiß, wie man seine Königin verehrt !!! Muss ehrlich sein, unternehmungslustig, fürsorglich !!! Werde ich nur ernsthafte Bewerbungen eine angenommen ! Zuerst er muss mag genau wie ich folk deutsche Musik !!! Mag ich Theater, Konzerte, reise, aber auch Bowling und viel mehr andere, also wir muss viel tun zusammen in leben ! Dein Leben muss für mich sein ! Zuerst schreibst du Antwort auf: 1) wie alt du bist? 2) wie groß? 3) wo wohnst du (Name der Stadt)? 4) mit wem? 5) was machst du Beruflich (gerade was machst du oder was du vorher getan hast)? und alles was noch muss ich wisse !! Denken du daran, die erste Nachricht zeugt von Ihnen ! Nur seriöse Bewerbungen werde ich berücksichtigen ! Ohne Antwort auf diese alle meine frage Antworte ich nicht ! Ich suche den Effekt wen ich will! Junge mann schreibt nicht, schade meine der Zeit!» [31]

Отже, приклад 3 демонструє також одночасно декілька функцій. Як і в попередніх прикладах, ми бачимо застосування інформативної функції в тексті, це ми можемо бачити у таких рядках оголошення: *«Mag ich Theater, Konzerte, reise, aber auch Bowling und viel mehr andere, also wir muss viel tun zusammen in leben !»*. Відмінною рисою останнього прикладу від попередніх є надлишкова експресивність. Авторка активно застосовує знаки наголосу, виділяючи, тим самим, своє бажання підкреслити весь текст як важливу інформацію. Іншими словами, автор показує

своє відношення до сказаного. Завдяки функції експресивності авторка вдало передає своє серйозне налаштування, настрій написаного легко можна зрозуміти. Окрім того, приклад 3 демонструє також застосування директивів як спонукальної функції. Це ми можемо спостерігати у наступних рядках: *«Nur seriöse Bewerbungen werde ich berücksichtigen ! Ohne Antwort auf diese alle meine frage Antworte ich nicht ! Ich suche den Effekt wen ich will ! Junge mann schreibt nicht, schade meine der Zeit !»*.

Після перегляду прикладів можна виділити три основні функції, що найчастіше застосовуються у текстах шлюбних оголошень: інформативна, апелятивна та експресивна, власне всі функції, що згадувалися на початку. Крім того варто також зазначити, що певні мовленнєві акти зовсім не властиві шлюбним оголошенням, а саме комісиви та декларативи. Це явище можна пояснити тим, що автори шлюбних оголошень лише інформують потенційного реципієнта про власні дані а також про вимоги, і, так як оголошення не є офіційним документом, тут мова не йде про гарантії та накази. Написання Інтернет-оголошень відбувається у довільному форматі на вибір автора. Але, як вже було сказано, використання певних функцій тексту при написанні шлюбного оголошення може впливати на його успішність. Так, оголошення під номером 2 має більш чітку інформативну функцію, при його прочитанні у реципієнта буде виникати певний образ і, таким чином, автор матиме всі шанси отримати відповідь, якщо його інтереси співпадатимуть з інтересами реципієнта. Натомість у прикладі 1 ми не можемо споглядати інформативної функції і це може причиною подальших непорозумінь між адресантом та адресатом.

2.2 Типи комунікативних стратегій у тексті «шлюбного оголошення»

Особливі характеристики шлюбного оголошення обумовлюють специфічну реалізацію стратегії рекламування в контексті шлюбних оголошень. Загальна мета рекламного дискурсу конкретизується у шлюбних оголошеннях і трансформується у стратегію саморекламування. Під саморекламування ми

будемо розуміти специфічну мовну макродію, що реалізовується в рамках рекламного дискурсу і у співвіднесенні з досліджуваним мовленнєвим жанром. Ця мовленнєва дія передбачає ряд інших, більш дрібних - повідомлення позитивної інформації про себе як про шлюбного партнера, про адресата як про потенційного партнера, про можливий результат міжособистісного взаємодії. Самореклама і самопрезентація, таким чином, співвідносяться як ціле і його частина. Така конкретизація мети веде до виділення приватних комунікативних стратегій і тактик рекламної комунікації в контексті шлюбних оголошень.

При описі мовленнєвого жанру «шлюбне оголошення» важливо виділити ті стратегії, які релевантні саме для нього. За кожним мовленнєвим жанром стоїть певна цільова установка, співвіднесення спілкуванням з діяльністю. Тобто будь-який мовленнєвий жанр орієнтований на певний вплив на адресата в конкретних умовах його функціонування. Шлюбне оголошення може бути віднесено до числа таких мовленнєвих жанрів, в яких функція впливу на адресата є домінуючою. Для цих текстів характерно широке використання експресивних засобів, емоційний характер викладу інформації, опосередкований вплив на адресата та спонукання його до вчинення певних дій, як це вже було описано раніше. Функціональне призначення шлюбного оголошення полягає в тому, щоб запропонувати себе адресату як (шлюбного) партнера і спонукати його відповісти на оголошення. Таким чином, домінуючим завданням мовленнєвого жанру шлюбного оголошення є, на наш погляд, переконання адресата в необхідності відповідної реакції. Адресант вступає в спілкування з домінуючою комунікативною інтенцією і щиро зацікавлений в її реалізації. Адресат ж знаходиться в ситуації вільного вибору: він приймає самостійне рішення про необхідність / бажаність / можливість виконати позначене в тексті оголошення дію, що буде на користь адресанту. Автор оголошення прагне бути поміченим, а отже, всі його зусилля спрямовані на складання тексту оголошення. Саме тут з'являється необхідність зробити вибір щодо форми і змісту повідомлення. Бажання автора діяти ефективно – основна причина, наслідком якої є ретельне продумування мовних дій, спрямованих на досягнення поставлених автором цілей, іншими словами,

вибір стратегії. Використання тієї чи іншої стратегії мотивовано – це завжди навмисний вплив автора на адресата. Автор оформлює текст (змістовно і формально) таким чином, щоб, з одного боку, він максимально повно і адекватно висловлював його задум, а з іншого боку, найбільш вдало відповідав типу особистості адресата. На якій підставі слід диференціювати стратегії, представлені в жанрі шлюбного оголошення? Ми вважаємо правомірним виділення основних стратегій досліджуваного мовленнєвого жанру на основі приватних установок автора тексту, відповідних виділеним раніше субтекстам: встановлення конкретних цілей використання виявлених раніше інваріантних одиниць змісту веде до експлікації приватних комунікативних стратегій. Іншими словами, кожен субтекст відображає певну текстотворчу інтенцію автора: субтекст самопрезентації реалізує стратегію створення позитивного іміджу; субтекст адресата стратегію оптимізації адресації; субтекст образу майбутнього – стратегію прогнозування. Таким чином, встановлюється взаємозалежність типу стратегії і певного смислового компонента тексту шлюбного оголошення. Кожна стратегія виявляє цілий ряд тактичних прийомів, спрямованих не тільки на реалізацію плану побудови своєї мовної поведінки, а й на досягнення спільного спілкування. Але всі цілі, що були сформовані у стратегії, підпорядковані спільній меті мовної макродії саморекламування.

Серед стратегій, що можуть бути застосованими у написанні шлюбного оголошення, варто виділити наступні:

- Стратегія самопрезентації або створення позитивного іміджу;
- Стратегія оптимізації адресації;
- Стратегія прогнозування
- Стратегія привернення уваги. [12, ст. 97]

Кожна зі стратегій буде розглянута детальніше у наступній частині наукової роботи.

Слід зазначити, що виділення стратегій і тактик є досить умовним: у комунікативному просторі шлюбного оголошення стратегії тісно взаємодіють

один з одним і комбінуються, можуть бути реалізовані за допомогою однакових тактик і експлікуватися за рахунок одних і тих же мовних засобів.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

У другому розділі роботи були досліджені функції тексту, що притаманні саме шлюбному Інтернет-оголошенню. Були розглянуті німецькомовні приклади шлюбних оголошень на предмет виявлення в цих текстах певних функцій. Було встановлено, що найбільш типовими для цього мовленнєвого жанру є інформаційна та апелятивна функції, тобто індивід прагне подати інформацію про власну персону а його ціллю є привернення уваги, апеляція до реципієнта, що може стати потенційним партнером. Важливо, що поодинокі існування функцій тексту має значно меншу ефективність, ніж вміле поєднання різних функцій. Крім того, було унаочнено, що у німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошеннях можуть бути використані такі мовленнєві акти: репрезентативи, директиви, експресиви. Таких мовленнєвих актів, як комісиви, не було помічено.

У цьому розділі були також проаналізовані типи комунікативних стратегій, що використовуються авторами шлюбних Інтернет-оголошень. Зокрема було виділено такі стратегії:

- Стратегія самопрезентації або створення позитивного іміджу;
- Стратегія оптимізації адресації;
- Стратегія прогнозування;
- Стратегія привернення уваги.

Та варто зазначити, що виділення функцій, стратегій та тактик німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень є досить умовним, оскільки у цьому мовленнєвому жанрі відсутні точні критерії написання, а отже автор може вирішувати на власний розсуд, які методи та яким чином використовувати при написанні шлюбного оголошення.

3. ПРАГМАТИЧНА АДАПТАЦІЯ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ШЛЮБНИХ ІНТЕРНЕТ-ОГОЛОШЕНЬ

3.1 Види прагматичної адаптації

Перекладаючи текст будь-якого рівня складності перекладач повинен, перш за все, знати та розуміти, на кого націлений цей текст, адже розуміння і сприйняття світу особистості залежить від багатьох факторів, на які потрібно зважати. Якщо ми говоримо про переклад мов різних народів, то, у цьому випадку, ми маємо віддалитися від дослівного перекладу, адже він може стати причиною повного нерозуміння тексту реципієнтом. Одне з ключових завдань перекладача – це адаптація. Своєрідна «гра» з текстом, обумовлена врахування культурних, психологічних, історичних та інших особливостей потенційного реципієнта. Більше того, саме прагматична адаптація може забезпечити бездоганну комунікацію між комунікаторами різних національностей і не тільки. Адаптація повинна бути застосована при перекладі різних мовленнєвих жанрів, у тому числі й при написанні шлюбного оголошення. Наприклад, якщо оголошення розраховане на іноземного реципієнта, то перекладач, що отримав це замовлення, має обдумати, як та яким чином адаптувати текст, щоб зберегти функції тексту, а також стратегії та тактики, які автор вкладав у своє оголошення.

Отже, перекладацький аспект охоплює не лише структурні, лексико-семантичні та стилістичні аспекти, а й прийом адаптації тексту. Загалом виділяють два види адаптації тексту: лінгвоетнічний та стилістичний [1]. Лінгвоетнічна адаптація вимагає урахування всіх культурологічних особливостей тексту, якщо він розрахований на іноземного читача. Цей момент є дуже важливим, адже навіть найдрібніша деталь може змінити весь зміст тексту. Для цього типу перекладу варто залучати фахівців, що не лише добре знаються на мові, але й мають уявлення саме про культуру самої країни та повсякденний побут її жителів.

Стилістична ж адаптація створює для перекладача завдання не втратити стилістичних ознак тексту при його перекладі та адаптувати стилізований текст

до мови читача таким чином, щоб стиль можна було легко прослідкувати та визначити.

Для обох типів адаптації тексту є важливим фактор прагматики тексту. Прагматика (від лат. *pragmaticus* та від гр. *pragmatikos*, що означає «придатний для дій») є галуззю лінгвістики і семіотики, яка вивчає, яким чином контекст взаємодіє з реципієнтом.

Прагматика охоплює теорію мовленнєвого акту, розмовну імплікатуру, розмови у взаємодії й інші підходи до мовної поведінки у філософії, соціології, лінгвістиці та антропології. На відміну від семантики, яка досліджує звичайне або «закодоване» у цій мові значення, прагматика вивчає передачу значення, яке залежить не від структурного і лінгвістичного знання (наприклад, граматики, лексики і т.д.) мовця і слухача, а від контексту висловлювання, будь-яких фонових знань мовця і слухача про тему розмови, ймовірних намірів мовця та інших факторів. Отже, врахування прагматичного фактору обумовлює те, як користувачі мови долають очевидні неоднозначності висловлювань, оскільки значення у реченні спирається на спосіб, місце, час та інші обставини розмови.

Для міжкультурного обміну приватними Інтернет-оголошеннями є важливим урахування при їх перекладі прагматичного аспекту, що, як наслідок, значно знижуватиме вірогідність того, що іноземний читач не зрозуміє закладеної автором думки та мети. Вважається, що німці занадто прагматичні та холодні. Насправді ж, культурологічні особливості Німеччини та України є доволі близькими. Цей факт частково підтверджується прикладами реальних людей, що шукають свою половинку в мережі.

В. Комісаров зазначає, що в перекладацькій практиці існують чотири види прагматичної адаптації. **Перший** вид має на меті забезпечити адекватне розуміння повідомлення реципієнтами перекладу. Цей тип дуже часто пов'язаний із відсутністю в реципієнта тексту необхідних фонових знань [7, с. 137–138]. **Другий** вид має на меті донести до реципієнта емоційний вплив висхідного тексту [7, с. 140]. **Третій** тип орієнтується на конкретного реципієнта та на конкретну

ситуацію спілкування з метою забезпечити необхідний ефект [7, с. 142]. Здебільшого цей тип адаптації зустрічається при розробці перекладів літературних творів, кінофільмів тощо. **Четвертий** тип адаптацій можна охарактеризувати як вирішення доволі складного перекладацького завдання на кшталт неперекладного в перекладі [14]. Варто зауважити, що дійсно якісний переклад забезпечить лише комбіноване використання різних видів прагматичної адаптації. Якщо ж говорити про прийоми, що застосовуватимуться для забезпечення прагматичної адаптації, то варто виділити такі:

1. Додавання – прийом, коли перекладач збільшує кількість слів з метою кращого розуміння іноземним читачем.

2. Опущення – перекладач опускає деяку інформацію, якщо вона не несе смислового навантаження у мові перекладу за умовою відсутності впливу на зміст тексту.

3. Заміна – прийом, який перекладач застосовує у випадках, коли у мові оригіналу та перекладу одне й те ж слово має різне значення і для забезпечення розуміння реципієнтом перекладач замінює слово або словосполучення, що може викликати проблематичне сприйняття тексту іншим, більш підходящим саме у цьому випадку.

4. Генералізація – заміна одного слова з конкретним значенням на інше, більш загальне. Такий прийом дає краще уявлення про річ або персону, що заявлена у тексті.

5. Конкретизація – протилежність генералізації; той випадок, коли перекладач має більш детально уточнити, про що саме йде мова, з ціллю уникнути нерозуміння зі сторони реципієнта. [3].

Для подальшого дослідження нами буде представлений адаптований переклад німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень з розділу «Kontaktanzeige», що були взяті у вільному доступі з німецькомовного сайту Quoka.de. Було розглянуто та проаналізована загалом 50 прикладів шлюбних Інтернет-оголошень, для унаочнення у роботі буде наведено 6 прикладів перекладу та адаптації. Під час перекладу був застосований досвід та теоретичні

знання, що були отримані під час навчання у вищому навчальному закладі, зокрема знання, що були отримані на таких предметах: лінгвокраїнознавство, німецька мова (основна), практична граматики німецької мови.

Приклад 1:

Таблиця 1

ОРИГІНАЛ	ПЕРЕКЛАД
<i>Ich suche eine reife Freundin, ca. 46-64 alt, die einen jüngeren Mann Anfang 40 sucht. Du solltest treu, einfühlsam und verständnisvoll sein. Ich mag gerne mit dir spazieren gehen, gemütlich zu Hause die Zeit verbringen und gerne mal zusammen an die Nord-/Ostsee fahren. Gerne möchte ich von dir lernen wie ein Gentleman sein sollte. Ich höre gerne zu, übernehme auch gerne die Rechnung und versuche dich oft zu verwöhnen. Ich freue mich sehr auf deine Nachricht. [37]</i>	<i>Я шукаю досвідчену жінку, приблизно 46-64 років, що шукає молодшого за себе чоловіка 40 років. Я хотів би, щоб ти була вірною, співчутливою та розуміючою. Я залюбки ходитиму з тобою на прогулянки, проводитиму з тобою час вдома та охоче їздитиму разом до моря. Будучи поряд з тобою я хотів би навчитися бути джентльменом. Я вмію слухати, візьму на себе рахунки та намагатимуся якомога частіше тебе балувати. Буду дуже радий твоєму повідомленню.</i>

Розглянемо приклад 1. Вже у першому рядку було замінено слово «Freundin», що з німецької мови означає «подруга», на слово «жінка», так як в українській мові слово «подруга» має інший сенс, що не може бути застосований у шлюбному оголошенні, так як автор має більш серйозні наміри, ніж просто товаришувати. Крім того, для уникнення тавтології та для забезпечення милозвучності тексту було замінено слово «gerne» на «залюбки» та застосування умовного способу зі збереженням змістом. При перекладі був також застосований прийом генералізації, а саме частина речення «gerne mal zusammen an die Nord-

/Ostsee fahren» була замінена на «охоче їздитиму разом з тобою до моря.», так як не кожен реципієнт може бути обізнаним, які саме моря омивають Німеччину, тобто тут мала місце генералізація. Контекстуальні зміни були внесені також до наступного речення: «*Gerne möchte ich von dir lernen wie ein Gentleman sein sollte.*», адже при дослівному перекладі ми б отримали невірний варіант: «Я хотів би навчитися у тебе бути джентльменом», який не відповідає змісту висловлюваного. І також рядки «*Ich höre gerne zu,...*» були замінені на більш милозвучні та зрозумілі українському читачу: «Я вмію слухати,...». Таким чином ми адаптували переклад оголошення так, щоб воно було зрозумілим для українського читача на контекстуальному рівні.

Приклад 2:

Таблиця 2

ОРИГІНАЛ	ПЕРЕКЛАД
<i>Ich möchte ein Kind</i>	<i>Я хотів би вже діток</i>
<i>Hallo schön das du auf mein Profil vorbeischaust.</i>	<i>Привіт, радий, що ти заглянула на мій профіль.</i>
<i>Wenn du wie ich einsam bist und eine Beziehung suchst mit Kinderwunsch, dann melde dich bitte bei mir. Bitte nur ernsthaft Zuschriften. Alles weitere können wir dann unter 4 Augen besprechen. [27]</i>	<i>Якщо ти така ж одинока і шукаєш відносини з перспективою народження дітей, то просто напиши мені. Будь ласка, лише серйозні відповіді. Все інше ми можемо обговорити наодинці.</i>

Тут варто зазначити, що у багатьох оголошеннях є порушення граматичних та лексичних норм, але, так як ми не виокремлюємо в цьому випадку прагматичного елементу з боку автора, це не враховується у нашій роботі. Крім того, шлюбне оголошення може бути написане іноземним громадянином, що не володіє у повній мірі німецькою мовою.

Це оголошення було взяте з розділу «*Er sucht sie*», тобто «Він шукає її», а тому ми можемо встановити гендерну приналежність цього оголошення, хоча це

і не є можливим, просто читаючи текст оголошення. У цьому перекладі нами було застосовано декілька прийомів адаптації тексту. У реченні «*Wenn du wie ich einsam bist und eine Beziehung suchst mit Kinderwunsch,...*» було застосоване додавання, так як дослівний переклад слів «*Beziehung mit Kinderwunsch*» не збереже у собі змісту, що вкладав автор, а тому ці слова були замінені такими: «*Якщо ти така ж самотня і шукаєш відносини з перспективою народження дітей,...*». Крім того, німецький фразеологізм «*unter 4 Augen sprechen*», що означає «*говорити між 4-а очима*», що використовувався автором у останньому реченні тексту також був адаптований на українського читача та перекладаний як «*наодинці*», тобто була використана семантична заміна для відтворення ідіоматичних одиниць. Як бачимо, тут ми також застосовували заміну, та додавання.

Приклад 3:

Таблиця 3

ОРИГІНАЛ	ПЕРЕКЛАД
<p><i>Wo ist meine Prinzessin</i></p> <p><i>Ich wünsche mir eine ehrliche liebevolle und treue Partnerin fürs Leben. Ich stehe im Berufsleben bin seit einiger Zeit alleine und würde es gerne ändern. Ich bin ein liebevoller ehrlicher, treuer Mensch und stehe immer zu 100 Prozent zu meinem Partner. Währe schön Dich hier zu finden. Ich hoffe es Gibt noch ehrliche liebevolle Menschen die genauso denken wie ich. Das Herz sollte wichtig sein und Ehrlichkeit [39].</i></p>	<p><i>Де моя принцеса?</i></p> <p><i>Я хотів би зустріти чесну, люблячу і віддану партнерку на все життя. Я занурений з головою у свою роботу і вже певний час самотній, а хотів би це змінити. Я любляча, чесна, віддана людина і завжди віддаюся своєму партнеру на сто відсотків. Я був би радий знайти Тебе тут, сподіваюся, ще є чесні, люблячі люди, які думають так само, як і я. Сердечність та чесність мають бути важливими.</i></p>

Одразу зауважимо, що переклад цього тексту був ускладнений недотриманням автором пунктуації тексту, через що могли виникати непорозуміння контекстуального характеру. Можливі причини цього (неграмотність, експресія, особливості Інтернет-комунікації) не є предметом нашого дослідження, поки це не є прагматичним елементом, але, можливо, цей ідіостиль є певним компонентом самовираження. Проте при перекладі ми вважаємо недоцільним дотримання таких самих порушень. При перекладі це було виправлено, щоб реципієнт міг краще зрозуміти сказане, але, що важливо, змістових змін до змісту тексту внесено не було. При перекладі було використане додавання, а саме у реченнях: *«Ich stehe im Berufsleben bin seit einiger Zeit alleine und würde es gerne ändern.»*, яке було розширене до *«Я занурений з головою у свою роботу і вже певний час самотній, а хотів би це змінити.»*, та у реченні *«...und stehe immer zu 100 Prozent zu meinem Partner»*, що перетворилося на *«...і завжди віддаюся своєму партнеру на сто відсотків.»*. Саме завдяки додаванню ми досягли певної еквівалентності змісту і тепер прочитання української версії є зручним та зрозумілим для україномовного реципієнта.

Приклад 4:

Таблиця 4

ОРИГІНАЛ	ПЕРЕКЛАД
<p><i>Hallo,</i></p> <p><i>ich bin 32 Jahre alt und es ist mal eine ungewöhnliche Methode hier auf dieser Plattform nach einer Frau zu suchen. Aktuell ist leider in der Corona-Zeit schwer jemand neues kennen zu lernen. Der Tinder Typ bin ich nicht. (liegt nicht am aussehen). Ich seh ganz gut aus und bin sportlich aktiv. 180 cm groß und wiege 85 kilo. ich bin ein offener und ehrlicher Mesch.</i></p>	<p><i>Привіт,</i></p> <p><i>мені 32 і мені ніяково шукати собі жінку тут, на цьому сайті, в такий незвичайний спосіб! А зараз, через корона-вірус, це важко і актуально як ніколи. Я не хлопчик з Тіндеру, але це не про зовнішність. Я непогано виглядаю і веду спортивний спосіб життя (заввишки 180 см і вагою 85 кг). Про себе можу сказати, що я відкрита, чесна, надійна та</i></p>

<i>Bin sehr zuverlässig und lebenslustig. Ich gehe gerne Weg und treffe mich mit Freunden aber genieße mit der richtigen Frau auch gerne den Abend daheim. Da ich keine Ahnung habe ob das hier überhaupt klappt. Freue ich mich über Antworten. Gerne Frauen im Alter von 24-36 [35].</i>	<i>життєрадісна людина. З великим задоволенням подорожую та провожу час із друзями, але коли поряд «та сама», то залюбки залишаюсь вечорами вдома. Не маю жодного уявлення, чи має все це сенс, але з нетерпінням чекаю на відповіді. Було б чудово, якщо б мені відповіла жінка віком 24-36 років.</i>
--	---

Варто зауважити, що цей приклад був легкий до адаптування українською мовою, труднощів з перекладом не виникало. Основним прийомом адаптації слугувало, знову ж таки, додавання та заміна, а також опущення. Зокрема, у рядках *«Aktuell ist leider in der Corona-Zeit schwer jemand neues kennen zu lernen.»* слово *Corona-Zeit* було замінено на просто коронавірус, так як вживання назви «Корона» популяризовано, в основному, у країнах Європи а для жителів України назва «коронавірус» є більш вживаною. При перекладі рядків *«Der Tinder Typ bin ich nicht. (liegt nicht am aussehen)»* було застосоване додавання, і, таким чином, розширений переклад є цілком зрозумілим для українського читача, але, разом з тим, був збережений посил автора: *«Я не хлопчик з Тіндєру, але це не про зовнішність»*. У перекладеному варіанті речення *«Gerne Frauen im Alter von 24-36»* було також опущено слово *«Gerne»*, так як українською мовою це звучало б нетипово: *«Було б чудово, якщо б мені відповіла жінка віком 24-36 років.»*

Приклад 5:

Таблиця 5

ОРИГІНАЛ	ПЕРЕКЛАД
<i>Suche meine große Liebe, sprich meine Seelenverwandte</i>	<i>Шукаю своє велике кохання, споріднену душу</i>

<p><i>Lass uns doch all die schönen Dinge im Leben, die zu zweit viel mehr Spass machen, gemeinsam erleben. Zum Beispiel: Ein romantisches Essen bei Kerzenschein...Händchen haltend einen schönen Spaziergang machen...zusammen ins Kino, ins Cafe, auf Feste etc...dies könnten wir zum Beispiel tun, sobald das mit dem blöden Virus endlich mal vorbei ist ;-)... Bedenke..."Wenn man etwas nicht macht in seinem Leben, was man hätte tun können, dann weiß man niemals, was daraus geworden wäre"... Nun los und keine scheu, ich warte auf dich...[34].</i></p>	<p><i>Давай разом спробуємо всі радощі життя, які приносять більше задоволення, якщо їх робиш разом з твоєю половинкою. Наприклад, романтична вечеря при свічках ... прогулянка, тримаючись за руки... похід в кіно, кафе, на вечірку тощо ... ми могли б зайнятися цим одразу, як тільки цей дурний вірус нарешті буде позаду ;-)... Пам'ятай ... "Якщо ти не зробиш щось у своєму житті, що могла б зробити, ти ніколи не дізнаєшся, що могло б трапитися" ... А тепер дій і не соромся, я чекаю на тебе...</i></p>
--	---

Адаптація тексту 5 прикладу потребувала певних словесних замін, що призвели до кращого розуміння змісту. Перш за все, у заголовку ми не використовували переклад «слово в слово», натомість замінили слово «*Seelenverwandte*» на український відповідник «споріднена душа», яке часто можна зустріти в українській літературі та яке передає значення, що вкладав автор оголошення. Крім того, у реченні «*das mit dem blöden Virus endlich mal vorbei ist*» було також використано заміну і ми бачимо, що перекладене речення звучить цілком адаптовано до української мови : «*ми могли б зайнятися цим одразу, як тільки цей дурний вірус нарешті буде позаду*».

Приклад 6:

Таблиця 6

ОРИГІНАЛ	ПЕРЕКЛАД
----------	----------

<p><i>Ich bin gebunden und suche eine Geliebte.</i></p> <p><i>Du solltest kleiner 165 cm sein. Ich bis 175 cm und mag kleine Frauen. Wenn du jetzt noch ein wenig devot bist und auf mollige Männer wie mich stehst, dann müssen wir uns unterhalten:-)</i></p> <p><i>Bin offen für alles. Kann über alles reden.</i></p> <p><i>Und von zart bis hart geht einiges.</i></p> <p><i>Meld dich schnell [33].</i></p>	<p><i>Я серйозно налаштований знайти свою другу половинку.</i></p> <p><i>Було б непогано, якби ти була нижче за 165см. Я ж ростом приблизно 175 см і мені до вподоби невисокі на зріст жінки. Якщо ти ще й маєш поступливий характер і тобі подобаються пухкі чоловіки, як я, то нам точно треба поспілкуватися:-)</i></p> <p><i>Я відкритий до всього. Можу говорити про що завгодно.</i></p> <p><i>Можу бути і ніжним, і грубим.</i></p> <p><i>Чекаю на твою відповідь!</i></p>
---	---

У цьому оголошенні автор з самого початку описує свою потенційну другу половинку, акцентуючи увагу на її зрості. Зауважимо, що німецькою мовою слово «klein» означає «маленький», але саме у цьому контексті мова йде про зріст. Так як українською мовою вираз «маленька» не відтворить потрібної інформації, то у реченнях «*Du solltest kleiner 165 cm sein. Ich bis 175 cm und mag kleine Frauen.*» було використано заміну, завдяки чому ми отримали текст, що зберігає закладений автором зміст, але є більш зрозумілим та милозвучним для українського читача: «*Було б непогано, якби ти була нижче за 165см. Я ж ростом приблизно 175 см і мені до вподоби невисокі на зріст жінки.*». Далі була заміна також у реченні «*...und auf mollige Männer wie mich stehst, dann müssen wir uns unterhalten:-)*», де сталий німецький вираз «*auf jemanden stehen*» означає «мати потяг до когось», було адаптовано таким чином: «*і тобі подобаються пухкі чоловіки, як я, то нам точно треба поспілкуватися:-)*». Певні труднощі виникали при перекладі наступного речення: «*Und von zart bis hart geht einiges.*», тут ми використали повну заміну та додавання, що посприяло адекватному перекладу: «*Можу бути і ніжним, і грубим..*».

Після перекладу та огляду прикладів можна стверджувати, що німецькомовні шлюбні Інтернет-оголошення є цілком придатними для адекватного перекладу українською мовою. Нашими основними прийомами слугували додавання, опущення, заміна. У деяких випадках зустрічалися також генералізація та конкретизація. Можемо зробити висновок, що при перекладі шлюбних Інтернет-оголошень українською мовою перекладач повинен, перш за все, зберегти закладений автором зміст тексту, але при цьому він має бути повністю зрозумілим для україномовного реципієнта. Саме тому «балансування» між правильним змістом та перекладацькою адаптацією є чи не найголовнішим навиком професійного сучасного перекладача.

3.2 Особливості прагматичної адаптації тексту «шлюбне оголошення»

Як уже було з'ясовано у ході роботи, для досягнення еквівалентності перекладу тексту перекладач змушений вдаватися до багатьох прийомів, що слугують досягненню адекватності перекладу, іншими словами, його адаптації. Так, прагматичний аспект відіграє тут ключову роль. Але, все ж таки, варто звертати увагу на інші аспекти, такі як функції, стратегії та тактики перекладу. Все вищеназване також сприяє адекватному перекладу на контекстуальному рівні. Зокрема функції, як вже було сказано раніше, мають відтворювати задачу, яку автор ставив перед собою, коли створював текст. Стратегії ж – це методи, якими вищевказана задача має бути досягненою. Кожна стратегія має також у собі ряд тактик, які будуть використовуватися. У подальшому ході роботи ці аспекти будуть розглянуті більш детально.

3.2.1 Прагматична адаптація функцій німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень

Попередньо у роботі вже були розглянуті основні функції, що зустрічаються у німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошеннях. Було виділено три типи функцій тексту, що можуть бути ефективно застосованими: апелятивна, експресивна та інформаційна. На новому етапі роботи нашим завданням є

забезпечення адекватного перекладу функцій шлюбних Інтернет-оголошень з німецької мови українською. Для цього буде нами було проаналізовано 30 одиниць німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень, далі у роботі ми унаочнимо переклад та прагматичну адаптацію функцій 5 шлюбних оголошень буде зроблено аналіз перекладу та функцій, що будуть також адаптовані мовою реципієнта.

Приклад 1

Таблиця 7

ОРИГІНАЛ НІМЕЦЬКОЮ МОВОЮ	ПЕРЕКЛАД УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ
<p><i>Als Frau (63, 168) im falschen Körper und jetzt kurz vor der finalen GaOP (Geschlechtsangleichenden Operation). Ich suche einen Mann für den Rest meines Lebens. Im letzten Mai hab ich eine langjährige Beziehung beendet und suche eine ernste Partnerschaft. Der Gesuchte sollte größer sein als ich und Kuscheln sollte für ihn kein Fremdwort sein. Früher Fachwirtin, heute Hausfrau. Hobbys = Kochen, Backen und Spaß haben. Alles Weitere auf Anfrage, wenn diese mit einem Foto verschickt wird. Allerdings meine ich Fotos vom Kopf... nicht von der geöffneten Hose. Diese Art Bildchen werden sofort und ohne Kommentar gemeldet und gelöscht. [23]</i></p>	<p><i>Я – жінка у чужому тілі (63, 168) і скоро вже моя фінальна операція зі зміни статі. Я шукаю чоловіка на все життя. Минулого травня я припинила довгострокові стосунки і шукаю серйозних відносин. Той, кого я шукаю, має бути вищим за мене і нестоїці мають бути для нього не просто слово. Адміністраторка бізнесу у минулому, сьогодні – домогосподарка. Хобі = приготування їжі, випічка та розваги. Інші речі я розкажу після твоєї відповіді, але якщо ти відправиш її разом з фотографією. Однак я маю на увазі фотографії обличчя... а не розстібнутих штанів. Такі фото будуть негайно оскаржені та видалені.</i></p>

--	--

Для початку розглянемо функції, які виконує наведене оголошення. Основна функція тут – інформаційна. Авторка описує себе та того, кого шукає. Зауважимо, що в оголошенні експресивна або апелятивна функції були лише не яскраво вираженими, стиль тексту витриманий, спокійний. Такого ж тону та функціоналу потребує його переклад. Однак, оголошення не було перекладено як «слово в слово», працюючи над українськомовною версією ми вважали за потрібно внести корективи до пунктуації та будови речення у тексті. При перекладі було збережено порядок донесення інформації, коли авторка спочатку говорила про себе, потім про свого потенційного обранця і, знову ж таки про себе. Зазначимо, що це оголошення може привернути увагу потенційного реципієнта, здебільшого, у випадку схожості інтересів партнерів. Так як інформаційна функція не спонукає до дії, то бажання залишити свій відклик у читача сформується лише по його власній волі у випадку, якщо подана інформація його зацікавить. Саме тому так важливо при перекладі шлюбних Інтернет-оголошень, де автор чи авторка застосовували інформаційну функцію, зберегти повноцінний зміст тексту, не вносити контекстуальних корективів, адаптувати текст мовою носія таким чином, щоб текст відповідав оригіналу але й, одночасно, так щоб текст міг зацікавити реципієнта а автор отримав бажану кількість відповідей. Адже, у цьому випадку, невірний алгоритм дій може призвести до таких наслідків, як порушення початкового образу автора та невірні уявлення про нього. Разом з тим варто зважати на культурологічні розбіжності німецькомовної та українськомовної цільових груп та враховувати їх при перекладі.

Приклад 2:

Таблиця 8

ОРИГІНАЛ	ПЕРЕКЛАД
----------	----------

<p><i>An den netten Mann mit Herz, Hirn und Humor!</i></p> <p><i>Hübsche, feminine, Münchnerin, 55, blond, 170/79, NR, möchte von dir gefunden werden.</i></p> <p><i>Du bist ein lieber und anpassungsfähiger Typ NR, bis 60, über 1,75, bindungsfähig und -willig, zuverlässig, meist gut drauf und hast einen Job den du im Idealfall sogar gern ausübst. Dann sollten wir uns unbedingt kennen lernen. Ich freue mich über deine Nachricht mit ein paar relevanten Angaben, wie Wohnort, Größe, Alter, Interessen. Bis bald:) [18]</i></p>	<p><i>Це оголошення саме для тебе, милий чоловіче, з серцем, розумом та почуттям гумору!</i></p> <p><i>Мила 55-річна блондинка з Мюнхену, що не палить, чекає, поки ти її нарешті знайдеши!</i></p> <p><i>Ти приємний, простий чоловік, який також не палить, до 60 років, вищий 175см, комунікабельний, надійний, позитивний та маєш роботу, яку ти любиш. У такому випадку нам необхідно знайомитися. Я з нетерпінням чекаю твого повідомлення з уточненням деяких речей, таких, як місце проживання, зріст, вік, інтереси. До зустрічі!)</i></p>
---	---

Особливістю цього оголошення є грайливий настрій авторки, що притягує. Таку емоціональну складову необхідно передати і в україномовній версії. Основна функція оголошення – апелятивна. Крім того, авторка досить вдало поєднує інформаційну та апелятивну складову, вдало поєднуючи ці дві функції в одне ціле. Найбільш вдало та помітно це виражається у таких словах: «*Мила 55-річна блондинка з Мюнхену, що не палить, чекає, поки ти її нарешті знайдеши!*». Лише з одного досить короткого тексту ми отримуємо образ автора, тобто інформативну складову, і, одночасно, бачимо заклик до дії. Авторка також дає знати, що саме хоче дізнатися про потенційного партнера, тобто сама формує потенційну відповідь: «*Я з нетерпінням чекаю твого повідомлення з уточненням деяких речей, таких, як місце проживання, зріст, вік, інтереси.*». І в останньому рядку ми можемо спостерігати «відкрите» завершення, що вказує на те, що прочитання

цього оголошення, насправді, лише початок чогось, а не завершення: «До зустрічі:»».

Приклад 3:

Таблиця 9

ОРИГІНАЛ	ПЕРЕКЛАД
<p><i>GENAU DICH HÄTTE ICH ALS PARTNER !</i></p> <p><i>Du bist erfolgreicher, unternehmungslustiger, attraktiver und niveauvoller Mann (48-55 J., 178-185 cm groß). Hast viel erreicht in Deinem Leben und doch stellst Du fest... das ist nicht alles. Gerne nach Hause kommen zu der Partnerin, die Du liebst !</i></p> <p><i>Freue mich auf Deine Nachricht ,</i></p> <p><i>BITTE MIT BILD !. [24]</i></p>	<p><i>Я ХОТІЛА Б БУТИ САМЕ З ТОБОЮ!</i></p> <p><i>Ти успішний, заповзятливий, привабливий та витончений чоловік (48-55 років, 178-185 см заввишки).</i></p> <p><i>Ти багато чого досяг у своєму житті, і все ж розумієш ... це ще не все. Адже завжди хочеться, щоб вдома на тебе чекала кохана.</i></p> <p><i>З нетерпінням чекаю твого повідомлення, але, будь ласка, з ФОТО!</i></p>

Наведене вище оголошення вирізняється, передусім, своєю експресивністю. Функція та завдання цього тексту – привернення уваги реципієнта та якомога точніший відбір потенційних партнерів. Для цього застосовувалися великі літери у шапці оголошення а також своєрідний стиль написання. Зауважимо, що інформативна функція тут однобічна: авторка описує свого потенційного партнера, але не описує себе, що, ймовірно, вплине на швидкість успішного пошуку. Та все ж, завдання перекладача – відтворити наміри та бажання автора. Тому вся інформація, що прагнула донести авторка, була з точністю перекладена українською мовою таким чином, щоб зберегти зміст та функціонал тексту. Як висновок, ми отримали інформативно-експресивний текст, що, на нашу думку, відповідає оригіналу.

Приклад 4:

Таблиця 10

ОРИГІНАЛ	ПЕРЕКЛАД
<p><i>Glück. . . kann man nicht kaufen</i> <i>Man muss es fühlen und erleben..</i> <i>Du möchtest auch die schönen Dinge</i> <i>des Lebens wieder entdecken?</i> <i>Junggebliebene Endvierzigerin, 164cm,</i> <i>schlank, sportlich mit Interesse für</i> <i>Natur, Tierparks, Botanische Gärten,</i> <i>Geschichte, Fotografie, ausgewählte</i> <i>Konzerte, kulturelle Events, Reisen..)</i> <i>sucht den gescheiten Mann mit</i> <i>positivem Lebensgefühl.</i> <i>Vielleicht finden wir uns hier? [25]</i></p>	<p><i>Щастя...його не купиш</i> <i>Його потрібно відчувати і пережити ..</i> <i>Чи хотів б би ти знову прожити</i> <i>прекрасні моменти життя?</i> <i>Я вічно молода душею, мені під 50, на</i> <i>зріст 164 см, струнка, спортивна,</i> <i>маю інтерес до природи, зоопарків,</i> <i>ботанічних садів, історії,</i> <i>фотографії, концертів, культурних</i> <i>заходів, подорожей ...)</i> <i>шукаю</i> <i>розумного чоловіка з позитивним</i> <i>мисленням.</i> <i>Можливо, ми знайдемо один одного</i> <i>тут?</i></p>

Оголошення, наведене вище, також поєднує у собі апелятивну та інформаційну функції, але вони зображені у досить ненав'язливій формі. Спочатку авторка ніби ставить риторичне питання, відповідь на яке має спонукати до дії читача: «*Чи хотів б би ти знову прожити прекрасні моменти життя?*». У наступній частині розміщений автоопис авторки, який, як уже було сказало раніше, потребує детальності у перекладі, тому тут інформація у перекладі максимально відповідає оригіналу. Цікаво, що увагу було акцентовано саме на хобі та можливостях проведення часу. Завершення свого оголошення авторка, знову ж таки, доповнює запитанням, але на це запитання вже можна дати потенційно впевненішу відповідь, так як у момент його прочитання реципієнт вже мав змогу скласти певний образ своєї потенційної партнерки.

Приклад 5

Таблиця 11

ОРИГІНАЛ	ПЕРЕКЛАД
<p><i>Trotz Corona Mann gesucht</i></p> <p><i>In dieser Coronazeit ist es vielleicht nicht optimal einen Partner zu suchen aber wenn nicht jetzt wann dann? Gesucht wirst du, ein vom Alter passender, großer (ab 1.85m.), breitschuldriger Mann mit den 3 bekannten H` s, der einer Löwin (62J./1.81m.) Paroli bieten kann, ein richtiger Kerl eben., der aber auch Schmusekater sein mag. Das Kennenlernen kann ja mal zuerst schriftlich oder telefonisch erfolgen, den momentanen Umständen geschuldet. Also, wenn du Interesse hast dann melde dich und wir sehen weiter!</i></p> <p>[38]</p>	<p><i>Шукаю чоловіка незважаючи на коронавірус!</i></p> <p><i>У цей період коронавірусу, можливо, не найкращий час шукати партнера, але якщо не зараз, то коли? Шукаю саме тебе, високого (від 1,85 м.), широкоплечого, сильного чоловіка, що зможе протистояти левиці (62 роки/181см), справжнього лева, але щоб і він іноді міг побути ніжним котиком. Познайтися можна в письмовій формі або по телефону, в силу нинішніх обставин, тому, якщо тобі цікаво, відгукнися і побачимо, як воно буде далі!</i></p>

У цьому прикладі ми знову маємо справу, в основному, з апелятивною та інформаційною функціями. Керуючись власними мотивами, авторка акцентує увагу, що немає непідходящого часу для пошуку партнера. Крім того, вона подає інформаційну складову у досить креативній формі, яка була перекладена не дослівно, а натомість було використано прийом прагматичної адаптації, так щоб текст був зрозумілим для україномовного читача, але, перш за все, було досягнуто такого ж ефекту та формування образу, який задумувалися авторкою

Отже, у практичній роботі з прагматичною адаптацією функцій німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошеннях було підтверджено існування у цьому мовленнєвому жанрі таких функцій як апелятивна, інформаційна та

експресивна. Важливо, що кожна з функцій може вплинути на успішність оголошення, тобто на те, як вдало мета, що ставив перед собою автор, втілюються у самому тексті. Всі ці функції мають бути збережені та адаптовані при перекладі. Зокрема, у прикладі 5 нам, знову ж таки, довелося вдаватися до прагматичної адаптації написаного, для збереження еквівалентності змісту, його тотожності з оригіналом.

3.2.2 Прагматична адаптація стратегій німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень

При написанні шлюбного оголошення автор має також підібрати свої стратегії та тактики, що планує використовувати для досягнення своєї мети. Раніше, у теоретичній частині роботи, було встановлено 4 стратегії, що можуть бути використаними при написанні шлюбного Інтернет-оголошення. Зокрема:

- Стратегія самопрезентації або створення позитивного іміджу;
- Стратегія оптимізації адресації;
- Стратегія прогнозування;
- Стратегія привернення уваги. (10 ст.)

У подальшій роботі кожна зі стратегій буде розглянута детально. Крім того, будуть наведені можливі способи адаптації німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень українською мовою.

Найпоширенішою та найбільш частотною стратегією є **стратегія самопрезентації або створення позитивного іміджу**. (10 ст.) Самореклама – найшвидший шлях, щоб створити власний позитивний образ у очах читача. А оскільки текст – це основна «зброя» автора, він має отримати максимум користі з нього, а отже при написанні оголошення варто детально продумати свій образ та способи, як його описати. Отже, автор оголошення, стикаючись з необхідністю вибору тієї чи іншої характеристики, постає перед проблемою, пов'язаною зі способами самоподачі, стратегією і тактиками самопрезентації, вибір яких сприятиме успішній реалізації комунікативного наміру. Для іміджевого опису

характерний розрив достовірності між реальним об'єктом і створюваним образом, тому в рамках іміджу автору шлюбного оголошення надається можливість маніпулювання інформацією про себе: висування одних характеристик і замовчування інших, перебільшення особистих переваг і применшення недоліків, вигадкування неіснуючих якостей тощо.

Для реалізації цієї комунікативної стратегії використовуються тактики *оцінного інформування, раціональної аргументації, апеляції до ідеалу* [12]. Розглянемо їх докладніше.

Тактика оцінного інформування дозволяє автору поширювати саме ту інформацію про самого себе, яка й посприяє створення позитивного образу. Тут можуть бути застосовані як раціональні «сухі» факти, так і емоційно-забарвлені дописи. Розглянемо німецькомовний приклад, перекладаний та адаптований українською мовою:

Таблиця 12

ОРИГІНАЛ	ПЕРЕКЛАД
<i>Ich bin eine unabhängige, liebevolle, ehrliche, fürsorgliche, treue Frau, die mein eigenes geschäftiges Leben hat.</i>	<i>Я незалежна, любляча, чесна, турботлива, вірна жінка, яка має власне насичене життя. Я готова</i>
<i>Ich bin eine Frau von Substanz und Präsenz, weise, offen und lebenslustig.</i>	<i>завжди бути поряд, мудра, відкрита і весела. Я хочу закохатися в чесного</i>
<i>Ich möchte mich in einen ehrlichen Mann an meiner Seite verlieben, um für immer mit echter Liebe mit mir zu wachsen. Ich wäre am glücklichsten mit einem Mann, den ich respektieren, bewundern und verehren kann. ... [21]</i>	<i>чоловіка поряд, щоб ми завжди плекали наше кохання. Я була би найщасливішою з чоловіком, якого я поважатиму, ким буду захоплюватися і до кого прислухатимуся. ...</i>

Загалом у цьому прикладі, як нам вдалося виокремити, авторка використала 10 одиниць самоопису. Зауважимо, що всі вони є позитивні та підкреслюють її хороші якості. Звичайно ж, цього опису замало, щоб сформувати повноцінний

портрет особистості. Але тут автор залишає за собою право вирішувати, як себе описати, і ті, хто обрали собі за стратегію саморекламування або створення позитивного іміджу, можуть застосовувати при написанні і тактику оцінного інформування. При перекладі українською мовою варто зважати на милозвучність, так щоб текст однаково гарно звучав обома мовами та відображав однаково позитивний образ.

На противагу вищезгаданих тактиці автори шлюбних оголошень використовують також і тактику *раціональної аргументації*. Автор, що взяв за озброєння цю тактику, буде писати свій текст у максимально простій та зрозумілій формі, де немає нічого зайвого, а лише об'єктивні дані, статусні або анатомічні. Розглянемо приклад:

Таблиця 13

ОРИГІНАЛ	ПЕРЕКЛАД
<i>Hallo</i>	<i>Привіт</i>
<i>Ich bin 58 Jahre, 1,80 m, 75 KG.</i>	<i>Мені 58 років, 1,80 м, 75 КГ.</i>
<i>Seit 4 Jahren geschieden und lebe allein.</i>	<i>Розлучився 4 роки тому і живу один.</i>
<i>Suche eine nette Frau für den gemeinsamen Lebensabend. [28]</i>	<i>Шукаю приємну жінку, щоб зустріти разом старість.</i>

Як бачимо, тут перекладачу немає необхідності вдаватися до різних прийомів адаптації, так як текст є максимально простим та зрозумілим для кожного. Це також, власне, самопрезентація, але у цьому випадку автор не вдається до прикрашення реальності чи зловживання позитивними епітетами, а висвітлює реальні факти. Варто зазначити, що для потенційного реципієнта лише цієї інформації може виявитися недостатньо і з точки зору саморекламування це не є найвдалішою стратегією. Зрештою, використовуючи певну тактику автор знає, чим керується та яких цілей прагне досягти.

Тепер розглянемо *тактику апеляції до ідеалу*. Автор, що використовує у шлюбному оголошенні таку тактику, буде звертатися до різноманітних прикладів

з історії, міфів, казок та інших джерел сучасного стереотипного мислення. Це призводить до порівняння себе чи свого потенційного партнера з кимось, хто є ідеалізованим у народі, таким чином створюючи позитивний образ для обох.

Приклад:

Таблиця 14

ОРИГІНАЛ	ПЕРЕКЛАД
<i>Suche Prinz auf weißem Pferd!</i> <i>43 Jährige nette Liebe Frau sucht einen Partner für die 2 te Lebenshälfte. ich bin Berufstätig in der Altenpflege. Hab 3 Erwachsene Kinder. ich verreise gerne ans Meer , mag Wellness. Genieße das Leben.du solltest zwischen 50 und 65 Jahre alt sein. Mobil und Frei. [36]</i>	<i>Шукаю принца на білому коні!</i> <i>43-річна приємна дама шукає партнера, щоб провести з ним решту життя. Я працюю у притулку для літніх людей. Мати 3 дорослих дітей. Я люблю подорожувати до моря, оздоровлюватися. Словом, насолоджуюся життям.</i> <i>Було б добре, якби ти був віком від 50 до 65 років та готовим до переїзду.</i>

Використовуючи тактику апеляції до ідеалу авторка наголосила у шапці оголошення, що шукає «принца на білому коні», який є ідеалізованим образом чоловіка, такого, кого прагне зустріти кожна жінка. При перекладі іноземною мовою Інтернет-оголошень, де була використана подібна тактика, варто зважати на культурологічні особливості походження умовного зазначеного у тексті оголошення ідеалу. У нашому випадку образ принца на білому коні є міжкультурним та зрозумілим як для носіїв німецької мови, так і для україномовного читача.

Далі у ході роботи буде розглянута **стратегія оптимізації адресації**. Для того, щоб зробити пошуки партнера максимально ефективними, автор має, звісно ж, чітко встановити бажані характеристики потенційного партнера, свої побажання та заборони. І, якщо автор втілить все це також і в написанні шлюбного

оголошення, то матиме всі шанси знайти свою другу половинку у найкоротші терміни. Для цієї стратегії є типовою персоналізація, коли автор точно знає, до кого він звертається. Тут виділяємо дві тактики: **тактика допису лестощів потенційному партнеру** (детальний опис бажаних характеристик у позитивній озвучці) та **тактика звуження кола потенційних партнерів**. Розглянемо такий приклад:

Таблиця 15

ОРИГІНАЛ	ПЕРЕКЛАД
<p><i>Liebevollen, romantischen Mann gesucht. Wenn du dich nach einer liebevollen und romantischen Beziehung sehnst, dann antworte mir :) Ich bin 57 Jahre, dkl Haare und sportlich. Wünsche mir einen Mann bis 57 Jahre, mit den gleichen Attributen. Bitte nur Nichtraucher und ab 178 cm. Bild wäre super ;) Ich freue mich. [29]</i></p>	<p><i>Шукаю люблячого, романтичного чоловіка. Якщо ти у пошуку сповнених любові і романтичних стосунків, то просто напиши мені:) Мені 57 років, темне волосся і спортивна фігура. Бажано чоловік до 57 років, з такими ж характеристиками. Тільки чоловіки, що не палять та ростом від 178см. Якщо твій профіль з фото, це було б чудово;) Буду рада твоїй відповіді.</i></p>

У цьому оголошенні ми можемо спостерігати одразу дві тактики у межах стратегії оптимізації адресації. По-перше, авторка на початку тексту зазначає позитивні якості реципієнта, інформація персоналізована таким чином, що кожен, хто читатиме оголошення, сприйматиме це на власний рахунок. По-друге, в оголошенні було зазначено декілька вимог, що суттєво звужують коло потенційних партнерів: «Бажано чоловік до 57 років, з однаковими характеристиками. Тільки чоловіки, що не палять та ростом від 178см.». Отже, використовуючи ці тактики, авторка одразу дає зрозуміти, кого вона шукає, а хто не входить в коло її потенційних партнерів. Такий прийом слугує економії часу а також уникненню можливих розчарувань у майбутньому. При перекладі такого

тексту варто звертати максимальну увагу на деталі, щоб випадково не порушити коло потенційних партнерів автора.

Стратегія прогнозування. При написанні шлюбних Інтернет-оголошень у більшості авторів є намір, знайти собі партнера для подальшого життя, а отже спільне планування майбутнього відіграє тут свою значну роль. Тут можемо виділити такі тактики: **тактика вираження явного чи завуальованого наміру** та **тактика моделювання ідеального шлюбу**.

При використанні тактики вираження наміру автор експліцитно чи імпліцитно вказує на те, до чого може призвести потенційне партнерство, які плани на майбутнє. Розглянемо приклад застосування завуальованого наміру:

Таблиця 16

ОРИГІНАЛ	ПЕРЕКЛАД
<p><i>Dein großzügiges Herz volle liebe nur für mich...bist NR., und bitte ab 60.-jah !!! Junggebl. Sie ende 50.- attraktiv.. Abend Rot Wein bei Kerzenlicht .. auf Sofa schmusen .. Und Ich mag Menschen, die Hirn, Herz, Humor, Höflichkeit Niveau und Harmonie!!! Ein Mann wehr ist handwerklich begabt oder Therme , sauna Flohmarkt interessen teilen kann...<u>Ich habe gerne Hosen an in eine Beziehung</u>,, [32]</i></p>	<p><i>Шукаю щире серце, що кохатиме лише мене... Лише чоловіки, що не палять і від 60 років! Мені під. 50 років, я молода душою та приваблива зовнішньо. Як же було б добре пити разом червоне вино при свічках, обійматися на дивані... мені подобаються люди, що мають розум, серце, почуття гумору, ввічливість та гармонію!!! Шукаю майстра на всі руки або того, хто розділить мої інтереси стосовно термальних вод, сауни та блошиного ринку. <u>Я б вже залюбки почала будувати справжні відносини.</u></i></p>

У цьому оголошенні були підкреслені рядки, де авторка виражає непряме, невпевнене бажання почати будувати відносини. Ці слова ні до чого не

зобов'язують але, все ж, виражають внутрішнє бажання автора. У наступному прикладі розглянемо цю ж тактику, але коли намір виражається явно:

Таблиця 17

ОРИГІНАЛ	ПЕРЕКЛАД
<i>Frau - seit 4 Jahren Single - 167cm groß - weiblich geformt - NR und NT - <u>suchst anständigen und zuverlässigen Partner für eine langfristige und harmonische Beziehung.</u> Meine Hobbys sind Natur, Garten, Radfahren, Spazierengehen, mal lecker Essen gehen, bummel und die Zeit genießen so gut es geht. Und du? [30]</i>	<i>Жінка - 4 роки самотня - 167 см ростом- жіночна фігура- не палю та не вживаю алкоголю - <u>шукаю гідного та надійного партнера для довгострокових і гармонійних відносин.</u> Мої захоплення - природа, садівництво, їзда на велосипеді, прогулянки, смачна їжа та максимальна насолода будь-яким проведенням часу. А які твої?</i>

На відміну від попереднього оголошення, тут ми бачимо чітко виражене бажання на майбутнє, план. Авторка говорить: «...шукаю гідного та надійного партнера для довгострокових і гармонійних відносин.», ми можемо чітко простежити меседж та дослівно перекласти його. На цих прикладах ми можемо спостерігати різницю між явними та завуальованими намірами автора.

Під час використання тактики моделювання ідеального шлюбу автор застосовує слова та вирази, що позначають спільне щасливе майбутнє:

Таблиця 18

ОРИГІНАЛ	ПЕРЕКЛАД
<i>Auch alleine? Suchst du auch nach der Melodie der Liebe in deinem Herzen? Nach dem Gefühl auf Wolken zu schweben? Auf dem Regenbogen ein Herz zu finden das</i>	<i>Також самотня? Ти також шукаєш мелодію кохання у своєму серці? Відчуваєш, як пливеш на хмарах? Хочеш прямо там віднайти серце, яке також б'ється у</i>

<i>auch in der Melodie der Liebe schlägt. ? Hier ist der Peter 53 ein einsames Herz aus Emsdetten bei Münster. Ich suche jemand liebes zum Aufbau einer Beziehung. Zu mir: ich bin berufstätig, zu meinen Hobbys gehören, etwas Sport, Schiffmodellbau, etwas der Garten, mag viele Arten von Musik, Filme, Meldet sich jemand liebes? [20]</i>	<i>мелодії любові. ? Я Петер, мені 53 - самотнє серце з Емсдеттена що у Північно-Західній частині Німеччини. Шукаю люблячу людину, щоб будувати стосунки. Про мене: я працюю, мої захоплення це спорт, моделювання кораблів, трохи садівництво, мені до вподоби багато стилів музики, фільмів. Чи відгукнеться хтось люблячий?</i>
--	---

Тут автор моделює чуттєві, глибокі людські відносини як основу для подальших міцних стосунків. Зазначимо, що при перекладі важливо було не втратити настрою тексту, зберегти стратегію прогнозування та тактику, що була використана. Крім того, при перекладі було використано генералізацію та замість точного найменування міста названо лише частину Німеччину, де воно знаходиться. Це було зроблено з метою кращого розуміння з боку україномовного реципієнта, так як наведена в оригіналі тексту географічна назва не є загальновідомою.

Стратегія привернення уваги. При виборі цієї стратегії автор дбає, перш за все, про те, щоб на оголошення звернули увагу. Це можна пояснити тим, що в Інтернет-просторі нам постійно зустрічаються різні профілі, дописи, блоги та ін., і виникнення ситуації, коли потрібна людина навіть не помітить оголошення в ряді інших, навіть якщо інтереси обох сторін повністю збігаються, цілком ймовірно. Для того, щоб уникнути цього, автори вдаються до дій, які цілком доцільно буде теж назвати стратегією. Можливий хід у цьому випадку це використовувати збільшений або жирний шрифт, «грати» зі словами, а деякі автори вдаються навіть до написання римованих текстів. Саме завдяки таким методам можна привернути до себе додаткову увагу, що може стати перевагою для автора.

Приклад:

Таблиця 19

ОРИГІНАЛ	ПЕРЕКЛАД
<i>GRÜSS DICH GOTT LASS DICH EINFACH ÜBERRASCHEN GERNE AUS SLOWENIEN MIT MUSIK UND GESANG. FOTO IST VOM JANUAR 2017; SEITDEM HABE ICH 45,1 KG ABGENOMMEN; MIT FREUNDLICHEN GRÜßEN [22]</i>	<i>ВІТАЮ ПРОСТО ДАЙ ТЕБЕ ЗДИВУВАТИ Я ЗІ СЛОВЕНІЇ, ЗАЛЮБКИ ЗАЙМАЮСЯ МУЗИКОЮ І СПІВОМ. ЦЕ ФОТО БУЛО ЗРОБЛЕНО У СІЧНІ 2017 РОКУ, З ТИХ ПІР Я СКИНУВ 45.1 КГ З НАЙКРАЩИМИ ПОБАЖАННЯМИ</i>

Як бачимо, оголошення містить типову інформацію, але завдяки тому, що автор використав великі літери для написання всього тексту, його оголошення виділяється у стрічці серед інших, а отже мета привернення уваги була досягнена саме завдяки використанню такої стратегії. Як наслідок, це сприяє ймовірності самопрезентації.

Отже, розглянувши узагальнені нами стратегії та тактики можемо стверджувати, що у авторів є широкий вибір засобів, якими вони можуть уособити своє оголошення. При перекладі найважливішим завданням є зберегти ці стратегії та тактики у готовому тексті, не вплинувши на зміст. Для цього перекладачу необхідно детально ознайомитися зі змістом, самому визначити тактики та стратегії, що використовував автор, і лише у такому випадку буде можлива оптимальна прагматична адаптація стратегій іншомовних (у нашому випадку німецькомовних) шлюбних Інтернет-оголошень.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

У ході виконання практичної частини роботи було встановлено, які саме стратегії та тактики використовуються авторами при написанні німецькомовних приватних Інтернет-оголошень. Зокрема це: стратегія саморекламування або створення позитивного іміджу (у рамках цієї тактики автори використовують такі тактики, як тактика оцінного інформування, раціональної аргументації, апеляції до ідеалу), стратегія прогнозування (сюди відносяться тактики вираження явного чи завуальованого наміру та моделювання ідеального шлюбу), тобто оголошення, що мають за ціль спільне майбутнє, стратегія оптимізації адресації (тактика допису лестощів потенційному партнеру (детальний опис бажаних характеристик у позитивній озвучці) та тактика звуження кола потенційних партнерів) та стратегія привернення уваги, де тактикою автора може стати будь-який прийом, що візуально приверне увагу потенційного реципієнта.

Крім того, тут ми аналізували також прагматичну адаптацію функцій німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень та було доведено виражену у теоретичній частині гіпотезу, що шлюбним оголошенням властиві такі функції як апелятивна, інформаційна та експресивна.

Для унаочнення нами було проаналізовано близько 150 німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошень, а також виконаний їх переклад. У висновку отримуємо, що при перекладі перекладач має уникати граматичних та пунктуаційних помилок, не повторюючи їх за авторами, щоб забезпечити милозвучність та зрозумілість тексту, знаходити українські відповідники німецькомовних ідіом та крилатих виразів, за потребою вдаватися до зміни будови речення та лексичних замінів. Всі вищевказані дії сприяють адекватному перекладу і, враховуючи цільові настрої цього мовленнєвого жанру, пошуку партнера та потенційну зміну соціального статусу автора.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У ході роботи було розглянуто більше 150 одиниць німецькомовних приватних шлюбних Інтернет-оголошень. У результаті роботи ми дійшли висновків, що шлюбні Інтернет-оголошення – це автентичний та безпосередній мовленнєвий жанр, де немає чітко окреслених правил та рекомендацій до написання, оскільки автор такого тексту опирається при написанні, перш за все, на власні почуття, бажання, цілі. Шлюбні Інтернет-оголошення є паралелями особистісної унікальності, а тому і самі вони є неповторними.

Під час виконання роботи основна увага приділялася прагматичному аспекту перекладу шлюбних Інтернет-оголошень. Було встановлено, що головне завдання перекладача тут – це зберегти зміст та підтекст оригіналу, та при цьому адаптувати текст таким чином, щоб він був привабливим і для україномовного читача. Для цього ми ознайомилися з функціями тексту шлюбного оголошення, а також зі стратегіями та тактиками, що використовують автори цих текстів під час написання. Найбільш типовими для цього мовленнєвого жанру є інформаційна, експресивна та апелятивна функції, тобто індивід прагне подати інформацію про власну персону а його ціллю є привернення уваги, апеляція до реципієнта, що може стати потенційним партнером. Важливо, що поодиноке існування функцій тексту має значно меншу ефективність, ніж вміле поєднання різних функцій. Крім того, було унаочнено, що у німецькомовних шлюбних Інтернет-оголошеннях можуть бути використані такі мовленнєві акти: репрезентативи, директиви, експресиви. При адаптації функцій тексту шлюбних Інтернет-оголошень перекладач має знайти підходящий еквівалент, щоб зберегти всі ті ж функції, але вже мовою перекладу.

Було розглянуто такі стратегії, що використовуються при написанні шлюбного Інтернет-оголошення:

- Стратегія самопрезентації або створення позитивного іміджу;

- Стратегія оптимізації адресації;
- Стратегія прогнозування;
- Стратегія привернення уваги.

Кожна зі стратегій містить у собі також ряд тактик, що їй притаманні. Адаптуючи переклад цих текстів українською мовою перекладач має ознайомитися заздалегідь з тактиками, щоб краще зрозуміти цілі та настрої самого автора.

ZUSAMMENFASSUNG

Bei der Arbeit wurden mehr als 150 Einheiten deutschsprachiger Online-Kontaktanzeigen berücksichtigt. Infolgedessen kamen wir zu dem Schluss, dass die Online-Kontaktanzeige ein authentisches und direktes Sprachgenre ist, in dem es keine klar definierten Regeln und Empfehlungen für das Schreiben gibt, da sich der Autor eines solchen Textes beim Schreiben hauptsächlich auf seine eigenen Gefühle, Wünsche und Ziele verlässt. Online-Kontaktanzeigen sind einzigartig wie auch deren Autoren.

Während der Arbeit wurde das Hauptaugenmerk auf den pragmatischen Aspekt der Übersetzung von Heirats-Internetwerbung gelegt. Es wurde festgestellt, dass die Hauptaufgabe des Übersetzers darin besteht, den Inhalt und den Untertext des Originals beizubehalten und gleichzeitig den Text so zu adaptieren, dass er für den ukrainischen Leser attraktiv ist. Zu diesem Zweck lernten wir die Funktionen des Textes der Kontaktanzeigen sowie deren Strategien und Taktiken kennen, die die Autoren dieser Texte beim Schreiben verwendeten. Die typischsten für dieses Sprachgenre sind informative, ausdrucksstarke und ansprechende Funktionen, also der Autor versucht, Informationen über seine eigene Persönlichkeit bereitzustellen, und sein Ziel ist es, Aufmerksamkeit zu erregen und den Empfänger anzusprechen, der möglicherweise ein potenzieller Partner wird. Es ist wichtig, dass die einzelne Existenz von Textfunktionen viel weniger effektiv ist als die geschickte Kombination verschiedener Funktionen. Bei der Adaptation der Funktionen des Textes von Online-Heiratsanzeigen muss der Übersetzer ein geeignetes Äquivalent finden, um dieselben Funktionen beizubehalten, jedoch in der Sprache der Übersetzung.

Die folgenden Strategien zum Schreiben einer Kontaktanzeige wurden erörtert:

- Strategie der Selbstdarstellung oder Schaffung eines positiven Images;
- Adressieren der Optimierungsstrategie;
- Prognosestrategie;
- Aufmerksamkeitsstrategie.

Jede der Strategien enthält auch eine Reihe von Taktiken, die ihnen inhärent sind. Bei der Adaptierung dieser Texte ins Ukrainische sollte sich der Übersetzer im Voraus mit den Taktiken vertraut machen, um die Ziele und Stimmungen des Autors erst selbst besser zu verstehen.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адаптація матеріалу. URL: <http://tatcenter.com.ua/uk/adaptatsiya-tekstu-osoblivosti-perekladatskikh-zavdan> (дата звернення 02.03.2020).
2. Байчибаев А. Ф. ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРС КАК ОСОБАЯ РАЗНОВИДНОСТЬ ДИСКУРСА / Али Фурташов Байчибаев. // Научфорум. – 2015. – С. 45–47.
3. Види прагматичної адаптації. URL: https://studopedia.su/12_15705_vidi-pragmatichnoi-adaptatsii.html (дата звернення 10.03.2020).
4. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы семиосоциопсихологии. / Т.М. Дридзе – М.: Издательство «Наука»; Академия наук СССР, Институт социологических исследований, 1984., 232 с.;
5. Енциклопедія сучасної літератури. Жанр. URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=20330 (дата звернення 10.03.2020).
6. Иванов Л. Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста / Л. Ю. Иванов // Словарь и культура устной речи. - М. : Азбуковник, 2000. - С. 131-147.
7. Лінгвістичні особливості текстів малої форми. URL: <http://naub.ua.edu.ua/2013/linhvistychni-osoblyvosti-tekstiv-maloji-formy/> (дата звернення 17.03.2020).
8. Оголошення. URL: <http://uaonua.blogspot.com/2014/> (дата звернення 11.03.2020).
9. Оголошення. Запрошення. Посвідчення про відрядження. URL: https://pidruchniki.com/1074051648817/dokumentoznavstvo/ogoloshennya_zaproshennya_posvidchennya_pro_vidryadzhennya (дата звернення 20.03.2020).
10. ОСНОВНІ ОЗНАКИ ТЕКСТУ. URL: <https://studfile.net/preview/5603237/> (дата звернення 20.03.2020).
11. Реклама межличностных отношений или GPR тутого кошелька. URL: <http://www.advlab.ru/articles/article13.htm> (дата звернення 01.04.2020).
12. Рогалева О.С. Брачное объявление как речевой жанр рекламного дискурса (коммуникативно-прагматический и когнитивный аспекты): диссерт. ...канд. фил. наук, спец. 2005, Омск. 187 стр.

13. Сіробаба І.П. Лінгвістичні особливості мовного жанру «Інтернет-оголошення про найм на роботу» (на матеріалі англійської мови). *Соціально-гуманітарні аспекти сучасного суспільства. Матеріали Всеукраїнської наукової конференції викладачів, аспірантів, співробітників та студентів. (Суми, 23-24 квітня 2015 року).*
14. Тарасенко К.В.: Прагматична адаптація перекладу тексту: ключові підходи та методологічні орієнтири. URL: https://otherreferats.allbest.ru/languages/01142950_0.html (дата звернення 01.04.2020).
15. Туркина Е. Н. Анонс: опыт лингвистического исследования / Е. Н. Туркина // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. — 2009. — Вып. 1. — С. 108–110
16. Функции текста. URL: https://studbooks.net/2147824/literatura/funktsii_teksta (дата звернення 03.04.2020).
17. Як працюють дошки оголошень в Інтернеті. URL: <https://www.secretovnet.org/archives/729> (дата звернення 04.04.2020).
18. An den netten Mann mit Herz, Hirn und Humor! URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/sie-sucht-ihn/c6050a248486518/den-netten-mann-mit.html> (дата звернення 10.04.2020).
19. Attraktive Dame aus Afrika sucht Partner fürs Leben. URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/sie-sucht-ihn/c6050a270640920/attraktive-dame-aus-afrika-sucht.html> (дата звернення 11.04.2020).
20. Auch alleine. URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/er-sucht-sie/c6010a285719735/auch-alleine.html> (дата звернення 15.04.2020).
21. _Echte Beziehung ist. URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/sie-sucht-ihn/c6050a286638600/echte-beziehung-ist.html> (дата звернення 15.04.2020).
22. Frau gesucht fuer immer. URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/er-sucht-sie/c6010a286631492/frau-gesucht-fuer-immer.html> (дата звернення 16.04.2020).

23. Frau im falschen Körper sucht Mann. URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/sie-sucht-ihn/c6050a285174190/frau-im-falschen-koerper-sucht.html> (дата звернення 18.04.2020).
24. GENAU DICH HÄTTE ICH ALS PARTNER! URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/sie-sucht-ihn/c6050a285622131/genau-dich-haette-als.html> (дата звернення 18.04.2020).
25. Glück. . . kann man nicht kaufen. URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/sie-sucht-ihn/c6050a268871068/glueck-kann-man-nicht-kaufen.html> (дата звернення 01.05.2020).
26. Hübsche Blondine Nicole 28 J. URL: <https://m.quoka.de/partnerschaften-kontakte/partner-heiratsvermittlung/c6180a249914565/huebsche-blondine-nicole-28-j.html> (дата звернення 01.05.2020).
27. Ich möchte ein Kind. URL: https://www.quoka.de/bekanntschaften/hohen-neuendorf/cat_53_ct_113102.html (дата звернення 01.05.2020).
28. Lebensabend. URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/er-sucht-sie/c6010a285212629/lebensabend.html> (дата звернення 03.05.2020).
29. Liebevollen, romantischen Mann . . . URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/sie-sucht-ihn/c6050a286171720/liebevollen-romantischen-mann.html> (дата звернення 03.05.2020).
30. Partnersuche. URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/sie-sucht-ihn/c6050a285795865/partnersuche.html> (дата звернення 03.05.2020).
31. Polnische Witwe – 62/165/89. URL: www.quoka.de/bekanntschaften/polnische-frau-sucht/sc_53.html (дата звернення 03.05.2020).
32. Reifen Gentleman Herr ab 60. URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/sie-sucht-ihn/c6050a279208804/reifen-gentleman-herr-ab-60.html> (дата звернення 01.05.2020).
33. Suche kleine Geliebte. URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/er-sucht-sie/c6010a218815521/suche-kleine-geliebte.html> (дата звернення 05.05.2020).

34. Suche meine große Liebe, sprich meine Seelenverwandte. URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/er-sucht-sie/c6010a286434439/suche-meine-grosse-liebe-sprich.html> (дата звернення 07.05.2020).
35. Suche passende Frau fuers Lebens. URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/er-sucht-sie/c6010a286437690/suche-passende-frau-fuers-leben.html> (дата звернення 08.05.2020).
36. Suche Prinz auf weissem Pferd! URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/sie-sucht-ihn/c6050a286572202/suche-prinz-weissem-pferd.html> (дата звернення 10.05.2020).
37. Suche reife Freundin. URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/er-sucht-sie/c6010a275507403/suche-reife-freundin.html> (дата звернення 10.05.2020).
38. Trotz Corona Mann gesucht. URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/sie-sucht-ihn/c6050a286527619/trotz-corona-mann-gesucht.html> (дата звернення 10.05.2020).
39. Wo ist meine Prinzessin. URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/er-sucht-sie/c6010a285800639/ist-meine-prinzessin.html> (дата звернення 10.05.2020).